

**ANALISIS PRINSIP DAN PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM
TERHADAP KEMAJUAN BISNIS**

(Studi Pada Swalayan Surya Jalan Ryacudu Jalur Dua Korpri)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh:

LAMTIUR MAYOGI ROHANA PASARIBU

NPM: 1551010216

Jurusan : Ekonomi Syariah



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS AGAMA ISLAM NEGERI

RADEN INTAN LAMPUNG

1440 H/2019 M

**ANALISIS PRINSIP DAN PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM
TERHADAP KEMAJUAN BISNIS**

(Studi Pada Swalayan Surya Jalan Ryacudu Jalur Dua Korpri)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh:

LAMTIUR MAYOGI ROHANA PASARIBU

NPM: 1551010216

Jurusan : Ekonomi Syariah

Pembimbing I: Hj. Mardhiyah Hayati, S.P., M.S.I.

Pembimbing II: Yulistia Devi, S.E., M.S.Ak.

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS AGAMA ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG**

1440 H/2019 M

ABSTRAK

Urgensi bisnis Islam (syariah) beberapa tahun belakang ini sedang menjadi *trend* dimasyarakat. Kemajuan bisnis berbasis syariah bisa dilihat dengan munculnya lembaga-lembaga keuangan syariah. Dalam perkembangan sektor industri halal mengalami peningkatan dalam beberapa tahun terakhir. Salah satu bisnis yang telah menerapkan prinsip syariah adalah Swalayan Surya Jalan Ryacudu Jalur Dua Korpri. Akan tetapi, pada penerapannya masih ditemukan keluhan keluhan terkait etika bisnis Islam pada perusahaan. Sehingga peneliti ingin mengetahui lebih lanjut sejauh mana prinsip dan penerapan etika bisnis Islam terhadap kemajuan bisnis Swalayan Surya Jalan Ryacudu Jalur Dua Korpri.

Rumusan masalah yang diangkat adalah (1) Bagaimana prinsip etika bisnis Islam terhadap kemajuan bisnis Swalayan Surya Jalan Ryacudu Jalur Dua Korpri?, (2) Bagaimana penerapan etika bisnis Islam terhadap kemajuan bisnis Swalayan Surya Jalan Ryacudu Jalur Dua Korpri?. Sedangkan penelitian ini bertujuan untuk (1) Untuk menganalisis bagaimana prinsip etika bisnis Islam terhadap kemajuan bisnis Swalayan Surya Jalan Ryacudu Jalur Dua Korpri, (2) Untuk menjelaskan bagaimana penerapan etika bisnis Islam terhadap kemajuan bisnis Swalayan Surya Jalan Ryacudu Jalur Dua Korpri.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*). Sampel dalam penelitian ini adalah Kepala Toko, Karyawan dan 94 responden berasal dari konsumen. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *accidental sampling*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan. Metode pengumpulan data dengan cara kuesioner, wawancara, dan observasi. Analisis datanya menggunakan deskriptif kualitatif yaitu menggambarkan secara jelas mengenai perilaku dan transaksi bisnis pada Swalayan Surya sesuai dengan fakta yang ada di lapangan.

Berdasarkan hasil observasi, kuesioner dan wawancara yang diperoleh dari konsumen penerapan etika bisnis Islam di Swalayan Surya jika ditinjau dari kelima prinsip-prinsip etika bisnis Islam yang dijadikan tolak ukur, sudah diterapkan dengan cukup baik oleh penjual. Hanya saja pada prinsip kebenaran (kebajikan dan kejujuran) jika dilihat dari segi jawaban konsumen masih belum diterapkan sepenuhnya artinya karena masih ada sebagian informasi detail barang yang tidak diberikan kepada konsumen oleh pihak Swalayan Surya. Selain itu, pihak Swalayan Surya belum menerapkan prinsip kebajikan atas produk yang dikeluarkan karena ketika ada pengembalian barang yang sudah dibeli oleh konsumen dengan alasan tidak cocok, cacat, dan lain-lain, pihak Swalayan Surya tidak menerima pengembalian tersebut. Meskipun belum sepenuhnya Swalayan Surya menerapkan etika bisnis Islam, tetapi Swalayan Surya berdasarkan hasil observasi dan wawancara, sudah bisa dikatakan mengalami kemajuan bisnis yang cukup baik. Penerapan etika bisnis Islam sudah diterapkan dengan positif terhadap kemajuan bisnis Swalayan Surya. Hal tersebut dapat dilihat dari beberapa aspek parameter penerapan etika bisnis Islam, yaitu: aspek pemasaran, manajemen dan SDM, sosial dan finansial.

Kata Kunci: Bisnis, Etika Bisnis Islam, Kemajuan Bisnis.



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN
LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat : Jl. Letkol. H. Endro Suratmin, Sukarame, Bandar Lampung (0721) 703260

PERSETUJUAN

Judul Skripsi : ANALISIS PRINSIP DAN PENERAPAN ETIKA BISNIS
ISLAM TERHADAP KEMAJUAN BISNIS (Studi Pada
Swalayan Surya Jalan Ryacudu Jalur Dua Korpri)

Nama Mahasiswa : LAMTIUR MAYOGI ROHANA PASARIBU

NPM : 1551010216

Program Studi : Ekonomi Syari'ah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

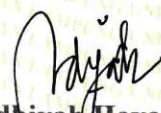
MENYETUJUI

Untuk dimunaqasahkan dan dipertahankan dalam sidang munaqasah Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung.

Bandar Lampung, Mei 2019

Pembimbing I

Pembimbing II


Hj. Mardhiyah Hayati, S.P., M.S.I.
NIP. 197605292008012010


Yulistia Devi, S.E., M.S.Ak.

Mengetahui,
Ketua Jurusan Ekonomi Syariah


Madnasir, S.E., M.S.I.
NIP. 197504242002121001



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERIRADEN INTAN
LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat : Jl. Leikol. H. Endro Suratmin, Sukarame, Bandar Lampung (0721) 703260

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **ANALISIS PRINSIP DAN PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP KEMAJUAN BISNIS (Studi Pada Swalayan Surya Jalan Ryacudu Jalur Dua Korpri)** disusun oleh **Lamtiur Mayogi Rohana Pasaribu, NPM: 1551010216** Jurusan Ekonomi Syari'ah, telah diujikan dalam sidang munaqasah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung pada hari Rabu tanggal **29 Mei 2019**.

TIM MUNAQSAH

Ketua Sidang : **Ahmad Habibi, S.E., M.E.**

Penguji I : **Femei Purnamasari, S.E., M.Si.**

Penguji II : **Hj. Mardhiyah Hayati, S.P., M.S.I.**

Sekretaris : **Dedi Satriawan, M.Pd.**

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

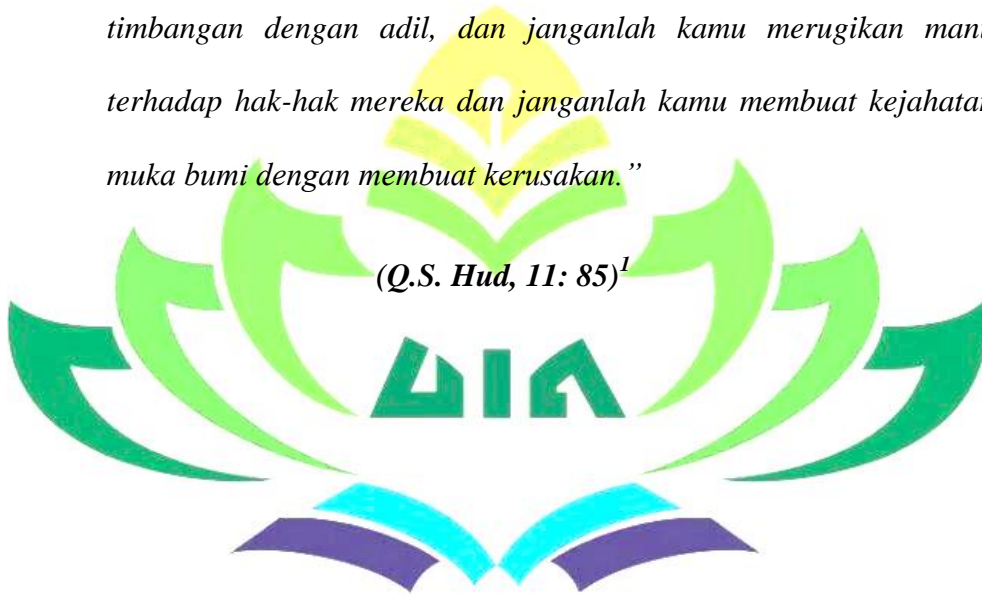
Dr. Ruslan Abdol Ghofur, M.S.I.
NIP. 198008012003121001

MOTTO

وَيَقْوَمُ أَوْفُوا الْمِكْيَالَ وَالْمِيزَانَ بِالْقِسْطِ وَلَا تَبْخُسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا
تَعْتَوْا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ ﴿٨٥﴾

Artinya: “Dan Syu'aib berkata: "Hai kaumku, cukupkanlah takaran dan timbangan dengan adil, dan janganlah kamu merugikan manusia terhadap hak-hak mereka dan janganlah kamu membuat kejahatan di muka bumi dengan membuat kerusakan.”

(Q.S. Hud, 11: 85)¹



¹ Q.S. Hud, 11: 85.

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, dalam rentang waktu menuntut ilmu tercipta sebuah karya sederhana merupakan awal dari sebuah perjalanan yang sangat panjang dalam menapaki jalan kehidupan yang sangat terjal, dengan mengucapkan rasa syukur kepada Allah SWT dan kerendahan hati yang sangat dalam karya yang sangat sederhana ini kupersembahkan kepada:

1. Kedua orang tuaku tercinta, teruntuk Ibuku Siti Maryam Ritonga, wanita terhebat dihidupku dan untuk Ayahku Muhammad Nasir Pasaribu lelaki paling tangguh yang pernah ada, terimakasih karena telah menjadi motivator terbesar dalam hidupku yang selalu mendo'akan dan menyayangiku tanpa syarat sehingga atas pengorbanan dan kesabaran kalian mengantarku sampai titik ini. Semoga Allah senantiasa memberikan perlindungan dan keberkahan di dunia dan akhirat.
2. Adik-Adikku tersayang, Cintana Marito Pasaribu dan Akbar Tio Lando Pasaribu dan seluruh keluarga besar yang selalu memberikan dorongan dan motivasi serta menantikan keberhasilanku.
3. Almamater, teman-teman, serta sahabat-sahabat Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung tercinta.

RIWAYAT HIDUP

Nama lengkap penulis adalah Lamtiur Mayogi Rohana Pasaribu dilahirkan pada tanggal 02 April 1998 di Natar, Lampung Selatan. Anak pertama dari tiga bersaudara, adik-adik bernama Cintana Marito Pasaribu dan Akbar Tio Lando Pasaribu yang merupakan buah perkawinan dari pasangan Muhammad Nasir Pasaribu dan Siti Maryam Ritonga.

Pendidikan yang ditempuh dimulai dari pendidikan Sekolah Dasar (SD) Negeri 4 Natar lulus pada tahun 2009. Selanjutnya pendidikan Madrasah Tsanawiyah (MTs) GUPPI Natar lulus pada tahun 2012. Selanjutnya penulis menempuh pendidikan Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Dharma Analitika Medan lulus pada tahun 2015.

Pada tahun 2015 penulis terdaftar sebagai Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syari'ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Intan Lampung.

KATA PENGANTAR

Rasa syukur yang tak terhingga kepada Dzat Yang Maha Agung, penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan segala karunia dan nikmat-Nya, kesehatan jasmani dan rohani, serta kekuatan lahir dan batin, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“ANALISIS PRINSIP DAN PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP KEMAJUAN BISNIS (Studi Pada Swalayan Surya Jalan Ryacudu Jalur Dua Korpri”**. Sebagai syarat akhir untuk mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (SI) pada program Studi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

Shalawat teriring salam tak lupa penulis haturkan kepada suri tauladan umat Islam, baginda Nabi Muhammad SAW, beserta para keluarganya, sahabat dan para pengikutnya yang telah memberikan tuntunan menuju jalan yang terang (ilmu pengetahuan) dengan akhlak yang mulia.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari bahwa tidak dapat terselesaikan tanpa bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. Moh. Bahrudin, M.A selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) UIN Raden Intan Lampung yang senantiasa tanggap terhadap masalah-masalah akademik mahasiswa.
2. Bapak Madnasir, S.E., M.S.I Selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung yang telah membimbing kami selama masa studi hingga pada akhirnya kami

dapat menyelesaikan studi S1 di Jurusan Ekonomi Syariah dengan baik dan lancar.

3. Ibu Hj. Mardhiyah Hayati, S.P., M.S.I. selaku pembimbing I dan Ibu Yulistia Devi, S.E., M.S.Ak. selaku pembimbing II yang membantu meluangkan waktu dan dan memberi arahan dalam membimbing serta memberikan motivasi sehingga skripsi ini selesai.
4. Bapak Ibu Dosen dan Karyawan Perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung yang telah memberikan motivasi serta ilmu yang bermanfaat kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan studi.
5. Ibu Frika Trisnawati selaku Kepala Toko dan segenap karyawan Swalayan Surya Jalan Ryacudu Jalur Dua Korpri yang telah bersedia meluangkan waktu dan memberikan data-data yang penulis butuhkan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Teman-teman angkatan 2015 khususnya kelas F program studi Ekonomi Syari'ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu namanya, namun telah membantu penulis menyelesaikan skripsi ini.

Semoga kebaikan dan jasa dari Bapak, Ibu, dan saudara/I sekalian menjadi amal ibadah dan di ridhoi oleh Allah SWT, dan mudah-mudahan Allah SWT akan membalasnya, Aamiin Ya Robbal Alamin.

Akhirnya dengan segala kerendahan hati, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua dan dapat dijadikan bahan referensi bagi

penelitian-penelitian selanjutnya. Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan banyak kelemahan, sehingga kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak sangat penulis harapkan.

Bandar Lampung, Mei 2019

Penulis

Lamtiur Mayogi Rohana Pasaribu

1551010216



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
RIWAYAT HIDUP	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii

BAB I PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul	1
B. Alasan Memilih Judul	2
C. Latar Belakang Masalah.....	3
D. Rumusan Masalah	9
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian	9
F. Tinjauan Pustaka	11
G. Kerangka Berfikir.....	13
H. Metode Penelitian.....	16

BAB II LANDASAN TEORI

A. Bisnis dan Bisnis Berbasis Syari'ah.....	25
1. Bisnis.....	25
a.) Pengertian Bisnis.....	25
b.) Jenis-Jenis Bisnis	26
2. Bisnis Berbasis Syari'ah	27
a.) Pengertian Bisnis Berbasis Syariah.....	27

b.) Tujuan Bisnis Berbasis Syariah	28
c.) Prinsip-Prinsip Bisnis Berbasis Syariah.....	29
3. Perbedaan Bisnis dan Bisnis Berbasis Syariah	33
B. Etika Bisnis	35
1. Pengertian Etika Bisnis	35
2. Etika Bisnis dalam Perspektif Islam	38
3. Prinsip Etika Bisnis Islam	40
4. Parameter Penerapan Etika Bisnis Islam.....	47
C. Keberhasilan/Kemajuan Bisnis	51
1. Pengertian Keberhasilan/Kemajuan Bisnis	51
2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan Bisnis	53
3. Dimensi Keberhasilan/Kemajuan Bisnis.....	54

BAB III GAMBARAN UMUM DAN ANALISIS PENELITIAN

A. Gambaran Umum Swalayan Surya	58
1. Sejarah Singkat Swalayan Surya.....	58
2. Tujuan Didirikannya Swalayan Surya	60
3. Visi, Misi, dan Komitmen Swalayan Surya.....	61
4. Struktur Organisasi Swalayan Surya.....	62
B. Hasil dan Analisis Penelitian	64
1. Gambaran Responden	64
2. Analisis Prinsip Etika Bisnis Islam	66
3. Analisis Parameter Penerapan Etika Bisnis Islam	79
4. Analisis Kemajuan Bisnis	85

BAB IV PEMBAHASAN

A. Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Kemajuan Bisnis Swalayan Surya Jalan Ryacudu Jalur Dua Korpri	89
B. Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Kemajuan Bisnis Swalayan Surya Jalan Ryacudu Jalur Dua Korpri	91

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	93
B. Saran	94

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Daftar Harga Pada Swalayan Surya dan Indomaret	6
Tabel 1.2	Jumlah Konsumen yang Berbelanja Tahun 2015-2018.....	7
Tabel 1.3	Jumlah Konsumen yang Berbelanja Perbulan pada Tahun 2017 ..	8
Tabel 1.4	Instrumen Penelitian	22
Tabel 2.1	Perbedaan Karakteristik Bisnis Islami dan Bisnis Non-Islami.....	33
Tabel 3.1	Daftar Gerai Swalayan Surya	58
Tabel 3.2	Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	65
Tabel 3.3	Distribusi Responden Berdasarkan Usia	65
Tabel 3.4	Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	66
Tabel 3.5	Jawaban Responden pada Prinsip Keesaan (Pada waktu operasional Swalayan Surya memberikan jam khusus untuk melaksanakan waktu shalat)	67
Tabel 3.6	Jawaban Responden pada Prinsip Keesaan (Swalayan Surya selalu menyediakan nuansa Islami seperti adanya <i>muqattal</i> Al-Qur'an)	68
Tabel 3.7	Jawaban Responden pada Prinsip Kehendak Bebas (Pegawai dalam mempromosikan produk tidak pernah memaksa konsumen untuk membeli produk tersebut)	70
Tabel 3.8	Jawaban Responden pada Prinsip Keadilan (Dalam berdagang tidak pernah menawarkan produk dengan harga yang berbeda kepada semua konsumen).....	72
Tabel 3.9	Jawaban Responden pada Prinsip Tanggung Jawab (Dalam berdagang produk yang ditawarkan pasti terjamin kehalalannya).....	75
Tabel 3.10	Jawaban Responden pada Prinsip Tanggung Jawab (Dalam berdagang jika ada keluhan dari konsumen, setiap keluhan tersebut selalu ditanggapi dengan baik)	75
Tabel 3.11	Jawaban Responden pada Prinsip Kebenaran: Kebajikan dan Kejujuran (Dalam berdagang jika ada pengembalian barang	

	yang sudah dibeli dengan alasan tidak cocok, cacat, dan lain-lain, pegawai menerima pengembalian tersebut)77
Tabel 3.12	Jawaban Responden pada Prinsip Kebenaran: Kebajikan dan Kejujuran (Pegawai memberikan semua informasi mengenai detail barang yang dijual sebelum bertransaksi) 78
Tabel 3.13	Data Pendapatan Swalayan Surya (Triwulan 1-4 Tahun 2017) 84



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Berfikir.....	13
Gambar 2.1 Faktor-Faktor Kemajuan/Keberhasilan Usaha.....	53
Gambar 3.1 Struktur Organisasi Swalayan Surya Jalan Ryacudu Jalur Dua Korpri	63



DAFTAR LAMPIRAN

1. Lampiran 1 : Daftar Pertanyaan Kuisisioner
2. Lampiran 2 : Daftar Pertanyaan Wawancara
3. Lampiran 3 : Surat Permohonan Izin Riset
4. Lampiran 4 : Surat Keterangan Izin Penelitian
5. Lampiran 5 : Surat Keterangan Pembimbing
6. Lampiran 6 : Berita Acara Seminar Proposal Skripsi
7. Lampiran 7 : Berita Acara Munaqasyah
8. Lampiran 8 : Dokumentasi Foto



BAB I

PENDAHULUAN

A. PENEGASAN JUDUL

Pada kerangka awal guna mendapatkan gambaran yang jelas dan memudahkan dalam memahami skripsi ini maka perlu adanya penegasan arti dari istilah-istilah yang terkait dalam skripsi ini. Berdasarkan penegasan tersebut diharapkan tidak akan terjadi disinterpretasi terhadap penekanan judul dari beberapa istilah yang digunakan. Adapun judul skripsi ini adalah “**ANALISIS PRINSIP DAN PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP KEMAJUAN BISNIS (Studi Pada Swalayan Surya Jalan Ryacudu Jalur Dua Korpri)**” maka perlu diuraikan pengertian dari istilah-istilah pada judul tersebut sebagai berikut:

1. **Analisis** adalah penyelidikan terhadap suatu peristiwa untuk mengetahui keadaan sebenarnya (sebab musabab, duduk perkaranya, dan sebagainya).²
2. **Prinsip** adalah pandangan yang menjadi panduan bagi perilaku manusia yang telah terbukti dan bertahan sekian lama.³
3. **Penerapan** adalah sebuah tindakan baik yang dilakukan secara individu maupun kelompok dengan maksud untuk mencapai tujuan yang telah dirumuskan.⁴

² Sri Sukezi Adiwimarta, Adi Sunaryo, dkk, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Edisi ke-3, (Jakarta: Balai Pustaka, 2005), hlm. 43.

³ Ahmad Jauhdar Tauhid, *Kompas Ruhani*, (Jakarta: Serambi, 2006), hlm. 71.

⁴ Pius A Partanto dan M Dahlan Al Barry, *Kamus Ilmiah Populer*, (Surabaya: Arkola, 2010), hlm. 3.

4. **Etika Bisnis Islam** adalah serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dapat dibatasi jumlah kepemilikan harta (barang atau jasa) termasuk profitnya namun dibatasi dalam cara memperolehnya dan pendayagunaan hartanya karena aturan halal dan haram.⁵
5. **Kemajuan Bisnis/Keberhasilan Bisnis** menurut Albert Wijaya dalam Suryana adalah keberhasilan dari bisnis untuk mencapai tujuannya.⁶

Dari penegasan judul diatas, maka yang dimaksud dari skripsi ini adalah memberikan gambaran bagaimana penerapan etika bisnis Islam dan dampaknya terhadap kemajuan bisnis Swalayan Surya Jalan Ryacudu Jalur Dua Korpri, dilihat dari sejauh mana konsep keesaan (tauhid), keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab, dan kebenaran (ihsan) yang diterapkan pada perusahaan.

B. ALASAN MEMILIH JUDUL

1. Alasan Objektif

Alasan penelitian ini dilakukan pada Swalayan Surya Jalan Ryacudu Jalur Dua Korpri karena pada dasarnya swalayan ini sudah menerapkan konsep Islam dan merupakan swalayan yang banyak diminati oleh para konsumen, sehingga peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana konsep prinsip etika bisnis Islam yang telah diterapkan oleh perusahaan, dengan melihat sejauh mana konsep keesaan (tauhid), keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab, dan kebenaran.

⁵ Mustaq Ahmad, *Etika Bisnis Islam*, (Yogyakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2003), hlm. 38.

⁶ Suryana, *Kewirausahaan*, (Jakarta: Salemba Empat, 2003), hlm. 285.

Selain itu, peneliti juga tertarik untuk meneliti bagaimana penerapan etika bisnis Islam pada swalayan tersebut.

2. Alasan Subjektif

- a. Penelitian ini belum pernah dilakukan atau diteliti dan dibahas sebelumnya oleh para mahasiswa UIN Raden Intan Lampung khususnya untuk mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
- b. Penelitian ini dirasa mampu untuk diselesaikan oleh penulis, mengingat adanya ketersediaan bahan literatur yang cukup memadai serta data dan informasi lainnya yang berkaitan dengan penelitian memiliki kemudahan akses serta letak objek penelitian yang mudah dijangkau oleh penulis.

C. LATAR BELAKANG MASALAH

Urgensi bisnis Islam (syariah) beberapa tahun belakang ini sedang menjadi *trend* dimasyarakat. Kemajuan bisnis berbasis syariah bisa dilihat dengan munculnya lembaga-lembaga keuangan syariah. Dalam perkembangan ekonomi dan keuangan syariah khususnya sektor industri halal mengalami peningkatan dalam beberapa tahun terakhir, dari 7,5 % pada tahun 2015 menjadi lebih dari 8 % pada tahun 2016.⁷

Bisnis Islam (syariah) dapat dipahami sebagai serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah (kuantitas) kepemilikan hartanya (barang/jasa) termasuk profitnya, namun dibatasi dalam cara perolehan dan pendayagunaan hartanya dengan ada

⁷ Bank Indonesia, *Pengembangan Industri Halal Dukung Pertumbuhan Ekonomi Nasional*, (2018).

aturan halal dan haram.⁸ Bisnis berbasis syari'ah merupakan kegiatan bisnis yang dilakukan oleh seseorang dengan berlandaskan syariat agama Islam, dimana setiap cara memperoleh dan menggunakan harta yang mereka dapatkan harus sesuai dengan aturan agama Islam halal dan haram.⁹

Islam adalah agama yang paling sempurna, Islam mengatur segala urusan dunia dan akhirat, termasuk dalam berbisnis. Islam memberi rambu-rambu sebagai etika atau pedoman dalam menjalankan bisnis agar bisnis tersebut dapat meraih kesuksesan dunia dan akhirat. Terdapat lima prinsip (aksioma) dalam ilmu ekonomi Islam yang mesti diterapkan dalam bisnis syari'ah atau biasa disebut juga dengan istilah etika bisnis Islam, yaitu: tauhid (*unity/kesatuan*), keseimbangan atau keadilan (*equilibrium*), kehendak bebas (*free will*), dan tanggung jawab (*responsibility*), serta kebenaran.¹⁰ Maka sangat penting bagi para pelaku bisnis untuk mengetahui prinsip-prinsip etika bisnis Islam agar dapat mengimplementasikannya dalam menjalankan usahanya guna memperoleh kemajuan dalam berbisnis.

Berdasarkan penelitian terdahulu dari Faisal Yusuf Saputra (2016), menyatakan bahwa etika bisnis Islam berpengaruh positif dan signifikan terhadap keuntungan usaha pengusaha *laundry*. Hal ini terbukti dari hasil

⁸ Muhammad Ismail Yusanto, *Menggagas Bisnis Islami*, (Gema Insani Pers: Jakarta, 2002), hlm. 18.

⁹ Choirul Huda, "Model Pengelolaan Bisnis Berbasis Syariah", *Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, Vol. 24, No. 1, (2016), hlm. 169.

¹⁰ Rafiq Issa Beekun, *Islamic Business Athics* (terjemahan) (Pent. Muhammad, Pustaka Pelajar Jakarta, 2004), hlm 54.

Uji T hitung sebesar 4,929 sedangkan nilai T tabel adalah 2,005 yang lebih kecil dibanding T hitung. Artinya, terdapat pengaruh signifikan antara variabel penerapan etika bisnis Islam (X) terhadap variabel keuntungan usaha (Y). Sedangkan menurut penelitian terdahulu oleh Nila Astuti Harahap (2018), menyatakan bahwa penerapan etika bisnis Islam telah diterapkan dengan baik dan berdampak positif terhadap kemajuan bisnis pada Supermarket De' Halal Mart Yogyakarta. Hal ini ditandai dengan telah diterapkannya aksioma etika bisnis Islam yaitu tauhid, keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab, dan kebajikan.

Swalayan surya merupakan ritel modern yang menerapkan prinsip-prinsip bisnis secara islami. Swalayan Surya selektif dalam mensupply barang dari supplier. Hal ini dilakukan agar hanya barang yang *halal* dan *thoyyib* saja yang dapat dipasarkan oleh Swalayan Surya. Barang-barang haram seperti minuman keras dan semacamnya selalu ditolak oleh Swalayan Surya untuk ditawarkan kepada konsumen.¹¹ Hal ini dikarenakan Swalayan Surya selalu menerapkan prinsip penjualan yang Islami sesuai dengan syariat Islam dimana manusia hanya diperbolehkan memakan makanan yang halal dan baik yang ada di muka bumi ini, sesuai dengan Firman Allah.¹²

يَتَأْتِيهَا النَّاسُ كُلُّهُمْ مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَلًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ

مُبِينٌ

¹¹ Frika Trisnawati, Wawancara Kepala Toko Swalayan Surya, Dicatat Tanggal 19 Februari 2019, Pukul 14:00.

¹² Q. S. Al Baqarah, 2: 168.

Artinya: *“Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; Karena Sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu.” (Q. S. Al Baqarah ayat 168).*

Ayat tersebut menerangkan bahwa makanan yang halal itu merupakan nikmat Allah. Oleh karena itu orang-orang mukmin diperintahkan mensyukuri nikmat tersebut. Mensyukuri nikmat merupakan bukti kemapanan iman dan ketauhidan kepada Allah. Ibnu Katsir menjelaskan bahwa memakan makanan yang halal merupakan syarat terkabulnya doa dan diterimanya ibadah. Demikian juga sebaliknya, memakan makanan yang haram menjadi sebab ditolaknya doa dan ibadah.¹³ Oleh karenanya, Swalayan Surya selalu aktif dalam memilih dan memilah produk-produk mana saja yang dapat ditawarkan kepada para konsumennya untuk dijual.

Swalayan Surya Jalan Ryacudu Jalur Dua Korpri menurut hasil pra survei merupakan toko swalayan yang diminati oleh para konsumen, dilihat dari adanya perbandingan harga yang signifikan jika dibandingkan dengan toko swalayan yang lain. Berikut daftar harga kebutuhan pokok antara Swalayan Surya dan 212 Mart:

Tabel 1.1
Daftar Harga Pada Swalayan Surya dan 212 Mart

No	Nama Barang	Harga Surya	Harga 212 Mart
1	Beras Topi Koki 5kg	Rp. 65.000	Rp. 70.400
2	Minyak Hemat	Rp. 22.150	Rp. 22.500
3	Telur /kg	Rp. 22.000	Rp. 22.300
4	Mie Sedaap	Rp. 2.200	Rp. 2.400

Sumber: Toko Swalayan Surya dan 212 Mart (Data Primer diolah)

¹³ Kadar M. Yusuf, *Tafsir Ayat Ahkam*, (Jakarta: Sinar Grafika Offset, 2011), hlm. 146.

Dari data tersebut, diketahui bahwa terdapat perbedaan dari segi harga yang cukup signifikan antara Swalayan Surya dan 212 Mart, yaitu pada bahan pokok Beras Cap Topi Koki sebesar Rp.65.000 pada Surya, dan Rp.70.400 pada 212 Mart. Perbandingan harga yang cukup signifikan ini menjadi indikator Swalayan Surya lebih diminati oleh konsumen.

Perkembangan bisnis Swalayan Surya dapat dilihat dari data konsumen yang berbelanja periode 2015-2018 berikut ini:

Tabel 1.2
Jumlah Konsumen yang Berbelanja Tahun 2015-2018

Tahun	Jumlah Konsumen
2015	18. 527 konsumen
2016	19. 932 konsumen
2017	20. 786 konsumen
2018	20. 161 konsumen
Jumlah	79. 406 konsumen

Sumber: Toko Swalayan Surya (Data Primer diolah)

Dari data diatas, diketahui bahwa perkembangan konsumen yang berbelanja pada Swalayan Surya semakin meningkat, hanya saja pada tahun 2018 mengalami penurunan yaitu mencapai 20. 161 konsumen yang berbelanja. Dan dari data tersebut, dapat dilihat bahwa pada tahun 2017, jumlah konsumen mengalami peningkatan yang cukup tinggi jika dibandingkan dengan tahun 2015, 2016 dan 2018. Berikut lampiran jumlah konsumen yang berbelanja pada tahun 2017 sebagai berikut:

Tabel 1.3
Jumlah Konsumen yang Berbelanja di Swalayan Surya /Bulan (2017)

Bulan	Jumlah Konsumen
Januari	1.579 konsumen
Februari	1.584 konsumen
Maret	1.532 konsumen
April	1.459 konsumen
Mei	1.970 konsumen
Juni	2.394 konsumen
Juli	1.763 konsumen
Agustus	1.798 konsumen
September	1.657 konsumen
Oktober	1.591 konsumen
November	1.663 konsumen
Desember	1.796 konsumen
Jumlah	20. 786 konsumen

Sumber: Toko Swalayan Surya (Data Primer diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa jumlah konsumen yang berbelanja pada Swalayan Surya mengalami fluktuasi. Jumlah konsumen yang berbelanja tertinggi pada tahun 2017 terdapat pada bulan Juni yaitu sebesar 2. 394 konsumen. Dan jumlah konsumen terendah terdapat pada bulan April yaitu sebesar 1459 konsumen.

Akan tetapi, berdasarkan wawancara pra survei terdapat keluhan dari beberapa konsumen, yaitu: Keluhan dirasakan oleh Ningsih, menurutnya “saya pernah menemukan barang yang sudah kadaluarsa ketika dicek dirumah, terus juga penyusunan barang kurang teratur terkadang suka membuat bingung dalam mencari barang yang dibutuhkan”.¹⁴ Keluhan lain juga dirasakan oleh Mulyati, menurutnya

¹⁴ Ningsih, *Wawancara Konsumen Swalayan Surya*, Dicatat tanggal 19 Februari 2019, Pukul 14.15.

“banyak barang yang tidak tercantum harga nya, harga yang dirak juga pernah tidak sama dengan harga yang dikasir”.¹⁵

Berdasarkan latar belakang dan keluhan di atas maka penulis tertarik untuk mengkaji lebih jauh dengan melakukan suatu penelitian ilmiah yang diberi judul **“ANALISIS PRINSIP DAN PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP KEMAJUAN BISNIS (Studi Pada Swalayan Surya Jalan Ryacudu Jalur Dua Korpri).”**

D. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan uraian pada latar belakang diatas maka dapat dirumuskan permasalahan yang hendak diteliti adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana prinsip etika bisnis Islam terhadap kemajuan bisnis Swalayan Surya Jalan Ryacudu Jalur Dua Korpri?
2. Bagaimana penerapan etika bisnis Islam terhadap kemajuan bisnis Swalayan Surya Jalan Ryacudu Jalur Dua Korpri?

E. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai melalui penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk menganalisis bagaimana prinsip etika bisnis Islam di Swalayan Surya Jalan Ryacudu Jalur Dua Korpri jika ditinjau dari prinsip-prinsip etika bisnis Islam

¹⁵ Mulyati, *Wawancara Konsumen Swalayan Surya*, Dicatat Tanggal 19 Februari 2019, Pukul 14.20.

- b. Untuk menjelaskan bagaimana penerapan etika bisnis Islam terhadap kemajuan bisnis pada Swalayan Surya Jalan Ryacudu Jalur Dua Korpri.

2. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak secara langsung maupun tidak langsung. Adapun manfaat-manfaat tersebut adalah:

a. Manfaat Teoritis

- 1.) Sebagai bahan referensi yang diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan bagi pembaca terutama tentang penerapan dan dampak etika bisnis terhadap kemajuan bisnis pada suatu perusahaan.
- 2.) Penelitian ini diharapkan dapat menambah khasanah ilmu pengetahuan dan teknologi khususnya dalam teori ekonomi Islam, dalam rangka penerapan dan dampak etika bisnis islam dalam kemajuan bisnis pada suatu perusahaan.
- 3.) Bagi peneliti baru, diharapkan dapat dijadikan sumber informasi dan referensi untuk kemungkinan penelitian topik-topik yang berkaitan yang bersifat melengkapi ataupun lanjutan.

b. Manfaat Praktis

1.) Bagi Perusahaan

Diharapkan dapat memberikan masukan bagi perusahaan tentang hal-hal yang berkaitan dengan etika perdagangan dalam Islam.

2.) Bagi Masyarakat

Diharapkan masyarakat pada umumnya dapat mengerti tata cara dalam transaksi jual beli yang sesuai dengan etika bisnis Islam.

F. TINJAUAN PUSTAKA

1. Umi Mursidah (2017) telah melakukan penelitian tentang “Penerapan Etika Bisnis dalam Transaksi Jual Beli di Pasar Tradisional (Studi Pasar Betung Kecamatan Sekincau Kabupaten Lampung Barat)”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan hasil observasi dan kuesioner yang diperoleh dari para pedagang dan pembeli di Pasar Betung apabila dilihat dari ke-empat indikator etika bisnis secara umum yang dijadikan tolak ukur, penerapan etika bisnis secara umum belum diterapkan dengan baik oleh para pedagang di Pasar Betung karena hanya indikator hukum dan indikator ajaran agama saja yang sudah diterapkan dengan baik.
2. Muhammad Yunus (2015) telah melakukan penelitian tentang “Pengaruh Etika Bisnis Islam dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Pada UKM Bandeng Tandu Kendal)”. Hasil

penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan hasil uji T variabel-variabel dalam penelitian ini berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap loyalitas konsumen. Berdasarkan uji F menunjukkan bahwa secara simultan atau bersama-sama variabel dalam penelitian ini berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen.¹⁶

3. Faisal Yusuf Saputra (2016) telah melakukan penelitian tentang “Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Keuntungan Usaha Pengusaha Laundry di Kecamatan Tembalang”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan hasil uji T etika bisnis islam berpengaruh positif dan signifikan terhadap keuntungan usaha pengusaha laundry di Kecamatan Tembalang.¹⁷
4. Nila Astuti Harahap (2018) telah melakukan penelitian tentang “Analisis Penerapan dan Dampak Etika Bisnis Islam Terhadap Kemajuan Bisnis Pada Supermarket De’ Halal Mart Yogyakarta”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa etika bisnis Islam telah diterapkan dengan baik dan berdampak positif terhadap kemajuan bisnis.¹⁸

¹⁶ Muhammad Yunus, Skripsi: “Pengaruh Etika Bisnis Islam dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen Studi Kasus Pada UKM Bandeng Tandu Kendal”, (Semarang: UIN Walisongo Semarang, 2015).

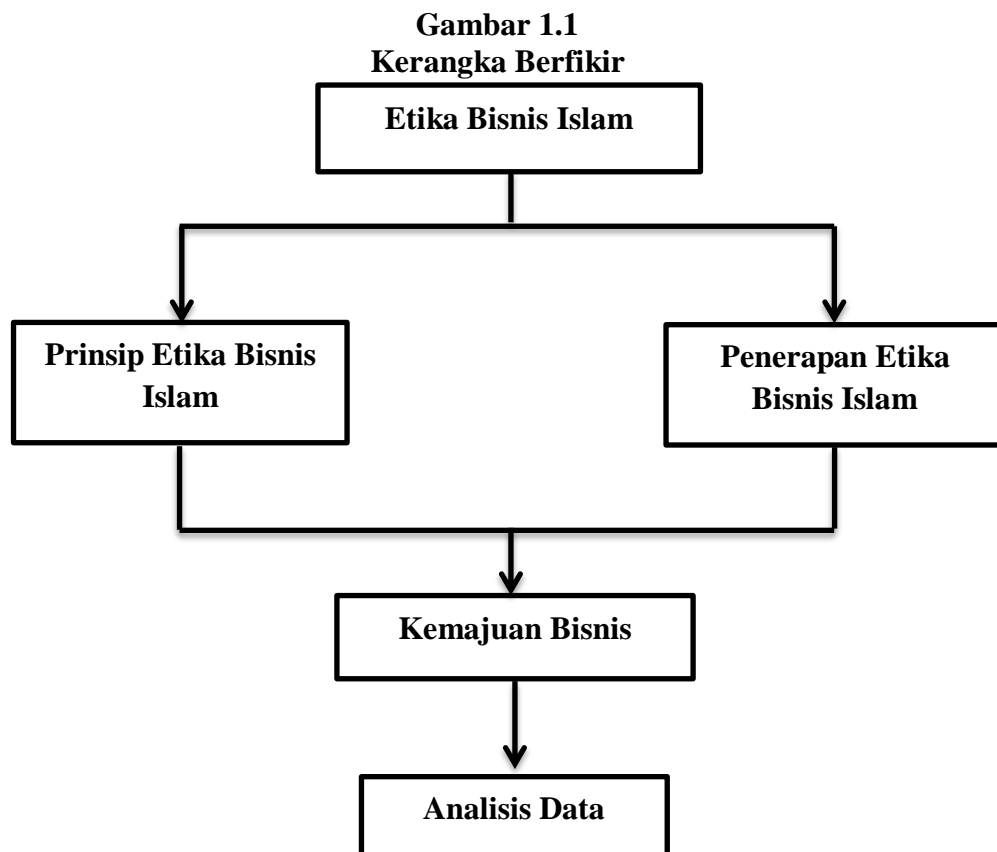
¹⁷ Faisal Yusuf Saputra, Skripsi: “Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Keuntungan Usaha Pengusaha Laundry di Kecamatan Tembalang”, (Semarang: UIN Walisongo Semarang, 2016).

¹⁸ Nila Astuti Harahap, Skripsi: “Analisis Penerapan dan Dampak Etika Bisnis Islam Terhadap Kemajuan Bisnis Supermarket De’ Halal Mart Yogyakarta”, (Yogyakarta: UII Yogyakarta, 2018).

G. KERANGKA BERFIKIR

Kerangka pemikiran adalah kerangka yang bermakna suatu konsep yang terdiri dari hubungan sebab atau yang disebut dengan klausul hipotesis antara variabel independen dengan variabel dependen dalam memberikn jawaban sementara terhadap masalah yang diteliti.¹⁹

Berdasarkan dukungan dari landasan teoritik dan dukungan antara variabel yang telah dikemukakan, yang diperoleh dari eksplorasi teori yang dijadikan rujukan konsepsional dari variabel penelitian, maka dapat disusun kerangka pemikiran sebagai berikut:



¹⁹ Agus Parudin, *Pedoman Penulisan Skripsi Fakultas Agama Islam Uml*, Cetakan Kedua, (Bandar Lampung, 2010), hlm. 9.

Etika Bisnis Islam adalah suatu proses dan upaya untuk mengetahui hal-hal yang benar dan yang salah yang selanjutnya untuk melakukan hal yang benar berkenaan dengan produk, pelayanan perusahaan dengan pihak yang berkepentingan dengan tuntutan perusahaan.²⁰

Prinsip utama yang ditentukan Islam dalam etika bisnis adalah bahwa transaksi dalam bisnis harus dilakukan secara sah dan tidak bertentangan dengan hukum.²¹ Selain itu, untuk meraih kesuksesan dalam berbisnis kita hendaknya memperhatikan aturan berbisnis dan melakukan strategi dalam berbisnis dengan benar. Maka dari itu Islam juga mengatur pedoman dalam berbisnis agar kita dalam berbisnis mendapatkan keuntungan sekaligus keberkahan. Persoalan etika inilah yang menjadi tumpuan kesuksesan dalam berbisnis.²²

Untuk membangun kultur bisnis yang sehat, idealnya dimulai dari perumusan etika yang akan digunakan sebagai norma perilaku sebelum aturan (hukum) perilaku dibuat dan dilaksanakan. Sebagai control terhadap individu pelaku dalam bisnis yaitu melalui penerapan kebiasaan atau budaya moral atas pemahaman dan penghayatan nilai-nilai dalam prinsip etika sebagai inti kekuatan suatu perusahaan dengan mengutamakan kejujuran, bertanggung jawab, disiplin, berperilaku tanpa diskriminasi. Karena itu, etika bisnis

²⁰ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, (Bandung : Alfabeta, 2013), hlm. 36.

²¹ *Ibid.*, hlm. 100.

²² Ika Yunia Fauzia, *Etika Bisnis dalam Islam*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2013), hlm. 3.

Islam secara umum harus berdasarkan prinsip-prinsip sebagai berikut: kesatuan (tauhid), keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab, dan kebenaran (kebajikan dan kejujuran).²³

Ketika berbicara masalah perkembangan suatu bisnis, maka parameter yang biasa dipakai adalah “*growth of profit*”. Namun ternyata bukan hanya itu saja parameter yang digunakan untuk menilai perkembangan pada suatu bisnis. Parameter penerapan etika bisnis Islam pun sebenarnya harus digunakan untuk mengukur kemajuan suatu bisnis. Untuk lebih jelasnya, parameter-parameter tersebut antara lain: Aspek Pemasaran, Aspek Manajemen dan SDM, Aspek Hukum, Aspek Sosial, Aspek Dampak Lingkungan dan Aspek Finansial.²⁴

Pada penelitian kali ini penulis akan menjelaskan terlebih dahulu yang berkaitan tentang prinsip dan penerapan etika bisnis Islam pada Swalayan Surya yang nantinya akan menjadi teori pendukung untuk dianalisis kemudian dilihat kaitannya terhadap kemajuan bisnis Swalayan Surya Jalan Ryacudu Jalur Dua Korpri yang selanjutnya akan dianalisis untuk memperoleh suatu kesimpulan terkait penelitian yang dilaksanakan.

²³ Abdul Aziz, *Op. Cit.*, hlm 36.

²⁴ Emiwati, Skripsi: “Analisis Kelayakan Financial Industri Tahu (Studi Kasus Pada Usaha Dagang Tahu Bintaro Kabupaten Tangerang Provinsi Banten)”, (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2007), hlm. 31.

H. METODE PENELITIAN

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.²⁵

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan penelitian lapangan, dimana masalah yang akan diajukan didalam penelitian ini ditentukan pada masalah terkait dengan operasional perusahaan. Penelitian ini dilakukan dengan menggali data yang bersumber dari lokasi penelitian yaitu Swalayan Surya Jalan Ryacudu Jalur Dua Korpri.

2. Sifat Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Metode deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuan dari penelitian deskriptif adalah untuk membuat deskripsi, gambaran, atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki.

Penelitian tersebut dilakukan dengan melakukan penelitian lapangan, dimana masalah yang akan diajukan di dalam penelitian ini ditentukan pada masalah yang terkait dengan operasional perusahaan. Kaidah penelitian deskriptif kualitatif mencoba menafsirkan dan

²⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, (Bandung: Alfabeta, 2016), hlm. 24.

menuturkan data yang bersangkutan dengan situasi yang sedang terjadi sikap serta pandangan yang terjadi di dalam masyarakat.

3. Sumber Data

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung di lapangan oleh seorang yang melakukan penelitian. Dalam penelitian ini sumber data primer diperoleh langsung dari pengamatan penulis, serta dari data pertanyaan yang berupa wawancara kepada Kepala Toko Swalayan Surya, karyawan, dan kuesioner yang diberikan kepada 94 *customer* yang melakukan pembelian di Swalayan Surya Jalan Ryacudu Jalur Dua Korpri.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang dikumpulkan atau diperoleh oleh peneliti dari sumber-sumber yang telah ada. Data dari kepustakaan, studi dokumentasi atau laporan penelitian terdahulu. Sehingga data sekunder dalam penelitian ini dapat diperoleh melalui catatan-catatan, arsip, dan dokumen-dokumen lain yang dapat digunakan sebagai informasi pendukung dalam analisis data primer.²⁶

²⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), hlm. 137.

4. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk mempelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.²⁷

Dalam penelitian ini, populasi nya adalah pihak perusahaan yaitu manajer/kepala toko dan jumlah konsumen yang berkunjung rata-rata perbulan yaitu sebesar 1500 orang. Populasi ini dihitung berdasarkan jumlah konsumen yang berkunjung ke toko setiap harinya rata-rata 50-55 orang.

b. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi tersebut. Metode pengambilan sampel pada penelitian ini untuk sampel jumlah konsumen adalah *Probability sampling* dimana setiap anggota memiliki kesempatan yang sama untuk dimasukkan ke dalam sampel. Ukuran sampel ditentukan dengan menggunakan Rumus Slovin yaitu teknik pengambilan menggunakan sampel dari populasi dengan rumus.²⁸

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

²⁷ Sugiono, *Metodologi Penelitian Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 117.

²⁸ *Ibid.*, hlm. 118.

Dimana:

n = jumlah sampel e = taraf kesalahan

N = ukuran populasi 1500 = jumlah pelanggan selama / 1 bulan

Sehingga jumlah sampel yang diperoleh adalah

$$n = \frac{1500}{1 + 1500 (0,1)^2}$$

$$n = 93,75 = 94$$

Maka jumlah sampel yang digunakan sebesar 94 sampel dari seluruh populasi, ditentukan dengan menggunakan metode *accidental sampling*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, artinya siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel. Sedangkan untuk sampel dari pihak perusahaan hanya seorang Manajer/Kepala Toko saja.

5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan.²⁹

Dalam penelitian ini metode pengumpulan data dapat dilakukan yaitu dengan cara observasi dan wawancara.

²⁹ *Ibid.*, hlm. 375.

a. Angket (Kuisisioner)

Metode kuisisioner adalah suatu daftar yang berisikan rangkaian pertanyaan mengenai suatu masalah atau bidang yang akan diteliti.³⁰ Kuisisioner yang digunakan adalah jenis kuisisioner tertutup, yaitu kuisisioner yang memuat pertanyaan dimana responden tidak diberikan kebebasan untuk memberikan jawaban yang telah disiapkan oleh peneliti.

Dalam hal ini, penulis memberikan seperangkat pertanyaan mengenai respon dari 94 orang responden terhadap penerapan etika bisnis Islam yang diterapkan oleh Swalayan Surya Jalan Ryacudu Jalur Dua Korpri.

b. Observasi

Observasi adalah pengamatan yang dilakukan secara sengaja, sistematis, mengenai fenomena sosial dan gejala-gejala psikis untuk kemudian dilakukan pencatatan. Dalam penelitian ini sebelum melakukan wawancara dengan manajer/kepala toko, penulis melakukan observasi, yakni dengan berbelanja ke Swalayan Surya Jalan Ryacudu Jalur Dua Korpri sekaligus mengamati perusahaan tersebut sudah menerapkan aksioma etika bisnis yang terdapat diteori.

³⁰ Usman Rianse dan Abdi, *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi Teori dan Aplikasi*, (Bandung: Alfabeta, 2009), hlm. 83.

c. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti untuk mendapatkan keterangan-keterangan lisan melalui bercakap-cakap dan berhadapan muka dengan orang yang dapat memberikan informasi atau keterangan. Dengan menggunakan wawancara terstruktur dimana penulis menyiapkan daftar pertanyaan sebelum wawancara guna menjadi acuan bagi pertanyaan laporan yang dikemukakan.

Dalam penelitian ini metode interview digunakan untuk menggali data tentang sejarah atau latar belakang berdirinya lembaga, letak geografis obyek penelitian, adapun instrumen pengumpulan datanya berupa pedoman interview yang terstruktur sebelumnya, dengan mewawancarai Kepala Toko dan Karyawan Swalayan Surya Jalan Ryacudu Jalur Dua Korpri.

d. Studi Dokumentasi

Studi Dokumentasi berupa catatan pribadi, surat pribadi, buku harian, laporan kerja, notulen rapat, catatan kasus, rekaman kaset, rekaman video, foto dan lain sebagainya. Data-data dalam landasan teori dan pengembangan teori diperoleh dari beberapa literatur, seperti buku, internet dan sumber referensi lainnya. Selain itu, peneliti melakukan studi dokumentasi melalui data-data dan foto yang diberikan oleh Swalayan Surya.

6. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh peneliti dalam melakukan kegiatannya untuk mengumpulkan data agar kegiatan tersebut menjadi sistematis dan dipermudah. Yang digunakan dalam penelitian ini, sebagai berikut:

Tabel 1.4
Instrumen Penelitian

Variabel	Indikator/Instrumen	Teknik Pengumpulan Data
Prinsip Etika Bisnis Islam	Kesatuan/Tauhid Kehendak bebas Keseimbangan/Keadilan Tanggung jawab Kebajikan/Ihsan ³¹	Kuisisioner, Observasi & Wawancara
Penerapan Etika Bisnis Islam	Aspek Pemasaran Aspek Manajemen & SDM Aspek Hukum Aspek Sosial Aspek Finansial ³²	Observasi & Wawancara
Kemajuan Bisnis	Jumlah Pelanggan Pendapatan Usaha ³³	Observasi & Wawancara

Sumber: Data Sekunder diolah

7. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Setelah berbagai data terkumpul, maka untuk menganalisis digunakan teknik deskriptif analisis yaitu teknik untuk menggambarkan atau menjelaskan data yang terkait dengan pembahasan. Dimana teknik ini menggambarkan tentang prinsip dan

³¹ Rafik Issa Beekum, *Op. Cit.*, hlm. 54.

³² Emiwati, *Op. Cit.*, hlm. 31.

³³ Benedicta Prihatin Dwi Riyanti, *Kewirausahaan Dari Sudut Pandang Psikologi Kepribadian*, (Jakarta: Grasindo, 2003), hlm. 28.

penerapan etika bisnis Islam pada Swalayan Surya Jalan Ryacudu Jalur Dua Korpri untuk dianalisis kemudian dilihat kaitannya dengan kemajuan bisnis. Untuk mendapatkan data yang lebih akurat perlu adanya pengolahan data dengan tahapan-tahapan sebagai berikut:

a. Editing

Memeriksa kembali semua data yang diperoleh dengan memilih dan menyeleksi data tersebut dari berbagai segi yang meliputi kesesuaian dan keselarasan satu dengan yang lainnya, keaslian, kejelasan serta relevansinya dengan permasalahan.³⁴ Teknik ini digunakan penulis untuk memeriksa kelengkapan data-data yang sudah penulis dapatkan, dan akan digunakan sebagai sumber-sumber dokumentasi. Data yang penulis ambil tentang analisis prinsip dan penerapan etika bisnis Islam terhadap kemajuan bisnis Swalayan Surya Jalan Ryacudu Jalur Dua Korpri. Penulis juga memeriksa apakah data atau informasi yang di dapatkan sudah sesuai dengan kebutuhan penulis dalam menyusun skripsi ini, apabila data sudah lengkap maka penulis akan mengolah data tersebut.

b. Organizing

Mengatur dan menyusun data sumber dokumentasi sedemikian rupa sehingga dapat memperoleh gambaran yang sesuai dengan rumusan masalah, serta mengelompokan data yang

³⁴ Cholid Narbuko dan Abu Achmadi, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2007) , hlm. 153.

diperoleh.³⁵ Teknik ini merupakan langkah ke dua setelah editing, yaitu memudahkan peneliti untuk memahami tentang permasalahan yang ada pada Swalayan Surya Jalan Ryacudu Jalur Dua Korpri. Dengan teknik ini, diharapkan penulis dapat memperoleh gambaran tentang prinsip dan penerapan etika bisnis Islam terhadap kemajuan bisnis pada swalayan tersebut.

c. **Analyzing**

Dengan memberikan analisis lanjutan terhadap hasil editing dan organizing data yang telah diperoleh dari sumber-sumber penelitian dengan menggunakan teori sehingga diperoleh kesimpulan.³⁶ Kesimpulan yang disimpulkan masih bersifat sementara dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mengandung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Dengan demikian kesimpulan dalam penelitian kualitatif mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, tetapi mungkin juga tidak, karena masalah dan rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara.

³⁵ *Ibid.*, hlm. 154.

³⁶ *Ibid.*, hlm. 95.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Bisnis dan Bisnis Berbasis Syari'ah

1. Bisnis

a. Pengertian Bisnis

Bisnis dalam arti luas adalah suatu istilah umum yang menggambarkan suatu aktivitas dan institusi yang memproduksi barang dan jasa dalam kehidupan sehari-hari.³⁷

Menurut Kasmir dan Jakfar, bisnis adalah usaha yang dijalankan yang tujuan utamanya adalah keuntungan.³⁸

Secara terminologi, bisnis merupakan suatu kegiatan atau usaha yang dilakukan oleh perorangan maupun kelompok. Oleh karena itu, kegiatan bisnis sebenarnya telah muncul sejak dulu, hanya kegiatan bisnis ini sangat tertutup karena dilakukan dalam lingkungan yang terbatas, seperti keluarga, kelompok masyarakat maupun kelompok tertentu.³⁹

Dari beberapa pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa bisnis merupakan suatu aktivitas yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang untuk menyediakan barang dan atau jasa dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan.

³⁷ Amirullah, *Pengantar Bisnis*, (Yogyakarta: PT Graha Ilmu, 2005), hlm. 2.

³⁸ Kasmir dan Jakfar, *Studi Kelayakan Bisnis* (edisi revisi), (Jakarta: Kencana Prenada Group, 2012), hlm. 7.

³⁹ Kustoro budiarto, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta : Mitra Wacana Media, 2009), hlm. 1.

Kata bisnis sudah sangat populer sekarang ini, banyak sekali yang mulai mempelajari dan menggeluti bisnis untuk meningkatkan taraf hidup mereka. Bisnis tidak hanya dilakukan oleh orang yang memiliki banyak modal dengan membuka sebuah perusahaan, tetapi dilakukan pula oleh orang yang memiliki modal kecil dengan bisnis bertaraf kecil. Semua pelaku bisnis yang melakukan bisnis dalam taraf besar maupun kecil mengharapkan keuntungan yang terus meningkat setiap tahun. Sehingga bisnis mereka semakin berkembang dan dikenal oleh masyarakat luas.

b. Jenis-Jenis Bisnis

Menurut Indriyo Gito Sudarmo, ada beberapa macam jenis bisnis, untuk memudahkan mengetahui pengelompokannya maka dapat dikelompokkan sebagai berikut:⁴⁰

- 1.) Ekstraktif, yaitu bisnis yang melakukan kegiatan dalam bidang pertambangan atau menggali bahan-bahan tambang yang terkandung di dalam perut bumi.
- 2.) Agraria, yaitu bisnis yang menjalankan bisnisnya dalam bidang pertanian.
- 3.) Industri, yaitu bisnis yang bergerak dalam bidang industri.
- 4.) Jasa, yaitu bisnis yang bergerak dalam bidang jasa yang menghasilkan produk-produk yang tidak berwujud.

⁴⁰ Indriyo Gito Sudarmo, *Pengantar Bisnis*, (Yogyakarta: BPFE, 1992), hlm. 3.

2. Bisnis Berbasis Syari'ah

a. Pengertian Bisnis Berbasis Syari'ah

Bisnis berbasis syariah adalah implementasi/perwujudan dari aturan syariat Allah. Sebenarnya bentuk bisnis berbasis syariah tidak jauh beda dengan bisnis pada umumnya, yaitu upaya memproduksi/mengusahakan barang dan jasa guna memenuhi kebutuhan konsumen. Namun aspek syariah inilah yang membedakanya dengan bisnis pada umumnya juga menjalankan syariat dan perintah Allah dalam hal bermuamalah.⁴¹

Jika kita menelusuri sejarah, dalam agama Islam tampak pandangan positif terhadap perdagangan dan kegiatan ekonomis. Nabi Muhammad SAW adalah seorang pedagang, dan agama Islam disebarluaskan terutama melalui para pedagang muslim. Islam menempatkan aktivitas perdagangan dalam posisi yang amat strategis di tengah kegiatan manusia mencari rezeki dan penghidupan.

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa perilaku bisnis bukan semata-mata perbuatan dalam hubungan kemanusiaan semata tetapi mempunyai sifat Ilahiyah. Adanya sikap kerelaan diantara yang berkepentingan, dan dilakukan dengan keterbukaan merupakan ciri-ciri dan sifat-sifat keharusan dalam bisnis. Jika ciri-ciri dan sifat-sifat di

⁴¹ Mardani, *Hukum Bisnis Syariah*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2014), hlm. 23.

atas tidak ada, maka bisnis yang dilakukan tidak akan mendapat keuntungan dan manfaat.

b. Tujuan Bisnis Berbasis Syari'ah

Tujuan bisnis berbasis syari'ah terdapat 4 (empat) hal utama, yaitu sebagai berikut:⁴²

1.) Target Hasil

Target hasil berupa profit/materi dan benefit/nonmateri. Maksudnya adalah bahwa bisnis tidak hanya untuk mencari profit (*qimahmadiyah* atau nilai materi) setinggi-tingginya, akan tetapi bisnis juga harus dapat memperoleh dan memberikan benefit (keuntungan atau manfaat) nonmateri kepada internal organisasi perusahaan dan eksternal (lingkungan), seperti terciptanya suasana persaudaraan, kepedulian sosial dan sebagainya. Benefit yang dimaksudkan tidaklah semata memberikan manfaat kebendaan, tetapi juga dapat bersifat nonmateri.

2.) Pertumbuhan

Pertumbuhan maksudnya adalah jika profit materi dan profit non materi telah diraih, perusahaan akan mengupayakan pertumbuhan atau kenaikan terus-menerus dari setiap profit dan

⁴² Muhammad Ismail Yusanto, *Op. Cit.*, hlm. 18.

manfaatnya. Upaya penumbuhan ini juga harus selalu dalam koridor syariah.

3.) Keberlangsungan

Keberlangsungan, tidak berhenti pada target hasil dan pertumbuhan, perlu diupayakan terus agar pertumbuhan target hasil yang telah diperoleh dapat dijaga keberlangsungannya dalam kurun waktu yang cukup lama. Begitu juga dalam upaya pertumbuhan, setiap aktivitas untuk dijaga keberlangsungannya tetap dijalankan dalam batas koridor syariah.

4.) Keberkahan

Keberkahan, orientasi untuk menggapai ridha Allah SWT merupakan puncak kebahagiaan hidup manusia muslim bila ini tercapai, menandakan terpenuhinya dua syarat diterimanya amal manusia, yaitu adanya elemen niat ikhlas dan cara yang sesuai dengan tuntutan syariat. Oleh karena itu para pengelola bisnis perlu memfokuskan orientasi keberkahan yang dimaksud agar pencapaian segala orientasi senantiasa berada dalam batasan syariat yang menjamin keridhan Allah SWT.

c. Prinsip-Prinsip Bisnis Berbasis Syari'ah

Adapun prinsip-prinsip bisnis berbasis syari'ah antara lain sebagai berikut:

1.) Tidak mengandung unsur kedzaliman

Dalam bisnis Islam tidak mengandung unsur kedzaliman, kegiatan bisnis seperti transaksi dalam perdagangan, Islam tidak membenarkan adanya unsur riba. Biasanya praktik riba banyak terjadi dalam bisnis keuangan. Kedzaliman merupakan tindakan melampaui batas yang sering terjadi dan digunakan oleh seseorang untuk memperoleh keuntungan sebanyak-banyaknya. Tindakan dengan melakukan kezaliman untuk mendapatkan keuntungan ini sering juga disebut dengan “*Machiavellian*” yaitu sikap menghalalkan segala cara asal tujuan bisa tercapai. Kezaliman (penindasan) adalah salah satu hal yang sangat dimurkai dan diharamkan dalam Islam. Bahkan kezaliman kepada orang lain tidak akan diampuni oleh Allah sehingga orang tersebut meminta maaf kepada orang yang dizaliminya. Larangan untuk melakukan kezaliman (penindasan) telah di tekankan dalam firman Allah SWT berikut:⁴³

فَإِنْ لَّمْ تَفْعَلُوا فَأْذَنُوا بِحَرْبٍ مِّنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ ۖ وَإِنْ تُبْتِغُوا فَلَكُمْ رُءُوسُ
أَمْوَالِكُمْ لَا تَظْلِمُونَ وَلَا تُظْلَمُونَ ﴿٢٧٩﴾

Artinya: “Maka jika kamu tidak mengerjakan (meninggalkan sisa riba), Maka Ketahuilah, bahwa Allah dan rasul-Nya akan memerangimu. dan jika kamu bertaubat

⁴³ Q.S. Al-Baqarah, 2: 279.

(dari pengambilan riba), Maka bagimu pokok hartamu; kamu tidak menganiaya dan tidak (pula) dianiaya.” (Q.S. Al-Baqarah, 2: 279)

2.) Barang yang dijual halal

Kehalalan produk dalam bisnis syariah sangat diperhatikan sekali, kehalalan itu mengacu pada hukum islam. Minuman keras, narkoba, makanan yang mengandung najis, atau jasa pengiriman barang yang di haramkan tidak boleh di praktikan dalam bisnis syariah. Ini artinya seorang pengusaha hendaknya tidak mempergunakan hartanya kecuali untuk yang diperbolehkan oleh syariat, dan tidak masuk dalam wilayah yang diharamkan. Al-Qur'an telah meletakkan konsep dasar halal dan haram yang berkenaan dengan transaksi dalam hal yang berhubungan dengan akuisisi, disposisi dan sebagainya. Semua hal yang menyangkut dan berhubungan dengan harta benda hendaknya dilihat dan dihukumi dengan dua kriteria halal dan haram. Sebagaimana firman Allah SWT berikut:⁴⁴

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا اِنَّمَا الْحَمْرُ وَالْمَيْسِرُ وَالْاَنْصَابُ وَالْاَزْلَمُ رِجْسٌ مِّنْ عَمَلِ الشَّيْطٰنِ فَاَجْتَنِبُوْهُ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُوْنَ ﴿٩٠﴾

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, Sesungguhnya (meminum) khamar, berjudi, (berkorban untuk) berhala, mengundi nasib dengan panah, adalah termasuk perbuatan syaitan. Maka jauhilah perbuatan-perbuatan itu agar kamu mendapat keberuntungan.” (Q.S. Al-Maidah, 5: 90)

⁴⁴ Q.S. Al-Maidah, 5: 90.

3.) Tidak ada penipuan

Dalam dunia bisnis tidak terhitung penipuan yang terjadi dalam praktik perdagangan menutupi kecacatan barang, istilah ghisyy dalam bisnis adalah menyembunyikan cacat barang dan mencampur dengan barang-barang yang baik dengan yang jelek. Bisnis berkonsep syariah tidak melakukan praktik-praktik licik semacam itu. Penipuan (kelicikan) di gambarkan oleh Al-Qur'an sebagai karakter utama kemunafikan, dimana telah menyediakan siksa yang pedih bagi tindakan ini di dalam Neraka. Sebagaimana firman Allah SWT berikut:⁴⁵

إِنَّ الْمُنَافِقِينَ فِي الدَّرَكِ الْأَسْفَلِ مِنَ النَّارِ وَلَنْ تَجِدَ لَهُمْ نَصِيرًا ﴿١٤٥﴾

Artinya: *“Sesungguhnya orang-orang munafik itu (ditempatkan) pada tingkatan yang paling bawah dari neraka. dan kamu sekali-kali tidak akan mendapat seorang penolongpun bagi mereka.” (Q.S. An-Nisa, 4: 145)*

4.) Mengedepankan ta'awun (tolong-menolong)

Dalam Islam tolong-menolong adalah kewajiban setiap Muslim. Sudah semestinya konsep tolong-menolong tidak hanya dilakukan dalam lingkup yang sempit. Tolong-menolong menjadi sebuah keharusan karena apapun yang kita kerjakan membutuhkan pertolongan dari orang lain. Tidak ada manusia

⁴⁵ Q.S. An-Nisa, 4: 145.

seorang pun di muka bumi ini yang tidak membutuhkan pertolongan dari yang lain. Seorang pengusaha yang mendirikan pabrik misalnya, membutuhkan karyawan pabrik. Pabrik yang dia dirikan tidak akan berjalan jika tidak ada bantuan dari yang lain. Jadi dalam hidup ini, tolong-menolong adalah sebuah keharusan. Sebagaimana telah di jelaskan dalam firman Allah SWT berikut:⁴⁶

وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ ﴿٢٥٦﴾

Artinya: “*dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. dan bertakwalah kamu kepada Allah, Sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya.*” (Q.S. Al-Maidah, 5: 2)

3. Perbedaan Bisnis dan Bisnis Berbasis Syari’ah

Muhammad Ismail Yusanto menyebutkan ciri-ciri dari bisnis Islam dan bisnis non-Islam dalam sebuah ilustrasi sebagai berikut:⁴⁷

Tabel 2.1

Karakteristik Bisnis Islam dan Bisnis Non-Islam

ISLAMI	KARAKTERISTIK BISNIS	NON-ISLAMI
Aqidah Islam (nilai transcendental)	ASAS	Sekularisme (nilai materialisme).

⁴⁶ Q.S. Al-Maidah, 5: 2

⁴⁷ *Ibid.*, hlm. 22.

Dunia Akhirat	MOTIVASI	Dunia
Profit dan benefit, keberlangsungan, pertumbuhan, keberkahan	ORIENTASI	Profit dan benefit, keberlangsungan, pertumbuhan.
Bisnis bagian dari ibadah	ETOS KERJA	Bisnis adalah kebutuhan duniawi
Maju dan produktif, konsekuensi keimanan dan manifestasi kemusliman	SIKAP MENTAL	Maju dan produktif sekaligus konsumtif, konsekuensi aktualisasi diri
Cakap dan ahli dibidangnya, konsekuensi dari kewajiban seorang muslim	KEAHLIAN	Cakap dan ahli dibidangnya, konsekuensi dari motivasi reward dan punishment
Terpercaya dan Amanah	AMANAH	Tergantung kemauan individu (pemilik modal), tujuan menghalalkan segala cara
Halal	MODAL	Halal dan Haram
Sesuai akad kerja	SDM	Sesuai akad kerja atau sesuai keinginan pemilik modal
Halal	SUMBER DAYA	Halal dan Haram
Visi dan misi terkait erat dengan misi penciptaan manusia	MANAJEMEN STRATEGIK	Visi dan mis ditetapkan berdasarkan pada

di dunia		kepentingan material
Jaminan halal setiap input, proses dan output, produktivitas Islami	MANAJEMEN ORPERASI	Tidak ada jaminan halal bagi setiap input, proses dan output, mengedepankan produktivitas dalam koridor manfaat
Jaminan halal bagi setiap masukan, proses dan keluaran keuangan	MANAJEMEN KEUANGAN	Tidak ada jaminan halal bagi setiap masukan, proses dan keluaran keuangan
Pemasaran dalam koridor jaminan halal	MANAJEMEN PEMASARAN	Pemasaran menghalalkan segala cara
Profesionalisme dan berkepribadian Islami, SDM adalah pengelola bisnis, bertanggung jawab pada diri majikan dan Allah Swt	MANAJEMEN SDM	SDM profesional, SDM adalah faktor produksi, SDM bertanggungjawab pada diri dan majikan

Sumber: Buku “Menggagas Bisnis Islami”

B. Etika Bisnis

1. Pengertian Etika Bisnis

Dalam hal ini agar dapat memahami pengertian etika maka perlu dibandingkan dengan moralitas. Etika dan moralitas sering dianggap memiliki pengertian yang sama. Namun sesungguhnya antara

etika dan moralitas memiliki pengertian yang berbeda, dan etika bisa mempunyai makna yang sama sekali berbeda dengan moralitas.⁴⁸

Adapun istilah etika apabila ditinjau secara teoritis dapat dibedakan kedalam dua pengertian, sekalipun pada saat praktik penggunaan kata tersebut tidak mudah untuk dibedakan. **Pertama**, kata etika berasal dari Yunani yaitu ethos yang dalam bentuk jamaknya (ta etha) yang berarti adat istiadat atau kebiasaan.⁴⁹ Dari pengertian pertama tersebut, etika berkaitan dengan suatu kebiasaan hidup yang baik, baik terdapat pada diri seseorang maupun pada suatu kelompok atau masyarakat. Kebiasaan ini lalu teraplikasi kedalam perilaku sehari-hari yang membentuk pola, dan terus berulang sehingga menjadi suatu kebiasaan.

Di dalam pengertian yang pertama ini, secara harfiah antara etika dan moralitas sama-sama memiliki arti suatu sistem nilai tentang bagaimana seorang manusia harus menjalani hidupnya dengan baik sebagai manusia yang telah terintegrasi kedalam suatu adat kebiasaan yang kemudian terwujud kedalam suatu pola perilaku yang terulang dalam kurun waktu yang lama sebagaimana layaknya suatu kebiasaan. Dari pemaparan pengertian etika tersebut suatu etika sebagaimana moralitas mempunyai esensi nilai dan norma-norma yang konkrit yang

⁴⁸ A. Sony Keraf, *Etika Bisnis Tuntutan dan Relevansinya*, (Yogyakarta: Penerbit Kanisius, 1998), hlm. 13.

⁴⁹ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi*, (Jakarta: Penebar Plus, 2012), hlm. 14.

dijadikan sebagai pedoman dan landasan hidup bagi seorang manusia dalam perjalanan hidupnya.

Kedua, kata etika juga dipahami dalam pengertian yang sekaligus berbeda dengan moralitas. Dalam hal ini etika mempunyai pengertian yang jauh lebih luas dan mendalam dari moralitas. Di dalam pengertian kedua ini, etika merupakan sebuah filsafat moral, atau bisa dipahami sebagai ilmu yang membahas dan mengkaji nilai dan norma yang diberikan oleh moralitas. Etika sebagai filsafat moral tidak langsung memberikan perintah konkret sebagai pegangan hidup. Sebagai sebuah cabang filsafat, etika sangat ditekankan kepada suatu pendekatan kritis dalam melihat nilai dan norma moral dengan segala permasalahan yang ada ditengah masyarakat.⁵⁰

Dengan adanya dua pengertian antara etika dan moralitas diatas maka ada kesamaan antara etika dan moral. Namun, ada pula perbedaan yang terletak pada etika lebih bersifat aplikatif sebagaimana praktik moral pada kehidupan sehari-hari. Disisi lain, etika lebih banyak bersifat teoritis. Selain itu, etika merupakan tingkah laku manusia yang bersifat umum, sedangkan moral bersifat khusus. Pada prinsipnya, pelanggaran etika dan moral yang dilakukan oleh seseorang dapat dikembalikan kepada kata hatinya masing-masing. Apabila di dalam hatinya tersirat suatu niat perbuatan yang kurang baik, atau bahkan tidak baik, jika seseorang tersebut melakukan

⁵⁰ A. Sony Keraf, *Op. Cit.*, hlm. 14.

perbuatan tersebut maka seseorang tersebut sesungguhnya telah melanggar etika dan moral. Di dalam Islam tentunya dikaitkan dengan akhlak, perilaku sata hati inilah yang amat ditekankan sebagai indikasi bahwa seseorang benar-benar mempunyai akhlak sesuai dengan syariat Islam.⁵¹ Semua hal tersebut juga berlaku di dalam dunia bisnis, apabila berbisnis dan ingin mendapat ridho dari Allah SWT maka harus menerapkan prinsip-prinsip dan nilai-nilai yang telah dicontohkan oleh Rasulullah SAW. Sehingga hasil yang diperoleh akan menjadi berkah baik didunia maupun di akhirat.

2. Etika Bisnis Perspektif Islam

Menurut Issa Rafiq Beekun, etika dapat didefinisikan sebagai seperangkat prinsip moral yang membedakan suatu hal yang baik dan buruk. Etika adalah bidang ilmu yang bersifat normatif karena memiliki peran menentukan apa yang seharusnya dilakukan atau tidak dilakukan oleh seorang manusia. Dalam Islam, istilah yang paling berdekatan dan berhubungan dengan istilah etika di dalam Al-Quran adalah khuluq. Etika merupakan cabang filsafat yang mempelajari hal yang berkaitan dengan baik buruknya perilaku dari seorang manusia. Kaitannya dengan studi etis dibidang ekonomi dan bisnis maka telah mashur dengan pembahasan etika bisnis. Etika bisnis kemudian dapat didefinisikan sebagai seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar, dan salah dalam dunia bisnis berlandaskan kepada prinsip moralitas.

⁵¹ Muhammad Djakfar, *Op. Cit.*, hlm. 16.

Dalam arti lain etika bisnis berarti seperangkat prinsip dan norma dimana para pelaku bisnis harus memiliki suatu komitmen dalam aktivitas transaksi, perilaku, dan berelasi agar bisnis sesuai dengan koridor yang baik.⁵²

Agama Islam mengajarkan kepada umatnya untuk tetap menjunjung tinggi nilai-nilai dan prinsip-prinsip syariah di dalam segala aktivitas kehidupan. Oleh karena itu, apabila etika dikaitkan dengan masalah bisnis, maka dapat digambarkan bahwa etika bisnis Islam adalah norma etika yang berbasiskan Al-Qur`an dan Hadits yang harus dijadikan sebagai pedoman hidup oleh para pebisnis. Etika bisnis Islam ditekankan kepada kebebasan manusia untuk bertindak dan bertanggung jawab karena kepercayaannya terhadap kekuasaan Allah SWT.

Namun, kata bebas bukan berarti sepenuhnya lepas dari tanggung jawab. Manusia akan tetap diberikan batasan-batasan oleh Allah SWT tentang permasalahan yang baik maupun permasalahan yang buruk. Ajaran etika perspektif Islam pada prinsipnya manusia dituntut untuk berbuat baik, baik pada dirinya sendiri, berbuat baik terhadap lingkungan (alam) maupun lingkungan sosial, berbuat baik kepada sesama manusia, dan beriman kepada Allah SWT. Di dalam tataran kehidupan manusia secara global etika bisnis Islam bukanlah satu-satunya dijadikan sebagai parameter, karena masih banyak

⁵² Muhammad, *Etika Bisnis Islam*, (Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan Akademi Manajemen Perusahaan YKPN), hlm. 38.

parameter-parameter lain yang diciptakan oleh manusia di muka bumi ini.

3. Prinsip Etika Bisnis Islam

Untuk lebih jelasnya pandangan kelima perangkat aksioma sebagai penguat prinsip dasar etika bisnis Islam adalah sebagai berikut:

a. Keesaan

Keesaan, seperti yang telah direfleksikan kedalam konsep tauhid, merupakan dimensi vertikal didalam agama Islam.⁵³ Hal ini dimaksudkan bahwa sumber utama etika bisnis Islam adalah keimanan kepada Allah SWT. Dengan mengintegrasikan aspek religius dengan beberapa aspek di dalam kehidupan manusia, maka akan dapat mendorong manusia kedalam suatu keutuhan yang selaras, konsisten, dan merasa selalu diawasi oleh Allah SWT (Ihsan). Konsep Ihsan inilah yang dapat mengintegrasikan manusia dan menimbulkan perasaan selalu diawasi dan direkan segala aktivitas kehidupannya. Dengan demikian kesadaran akan muncul dari dalam diri manusia sendiri yang menjadi sumber kekuatan dan ketulusan dalam setiap aktivitas khususnya dalam kegiatan bisnis. Hal ini akan semakin kuat dan mantap apabila dibarengi dengan keimanan kepada Allah SWT. Sehingga dalam melakukan aktivitas

⁵³ *Ibid.*, hlm. 53.

bisnis, tidak akan mudah menyimpang dari prinsip-prinsip dan nilai-nilai syariah yang telah ditetapkan oleh Allah SWT.⁵⁴

b. Keseimbangan/Keadilan

Keseimbangan atau disebut juga `adl, menggambarkan suatu dimensi horizontal di dalam ajaran Islam dan berkaitan erat dengan harmoni tentang segala sesuatu yang ada di alam semesta ini.⁵⁵ Sesuai dengan Firman Allah SWT berikut:⁵⁶

الَّذِي لَهُ مُلْكُ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ وَلَمْ يَتَّخِذْ وَلَدًا وَلَمْ يَكُنْ لَهُ شَرِيكٌ فِي الْمُلْكِ وَخَلَقَ كُلَّ شَيْءٍ فَقَدَرَهُ تَقْدِيرًا ﴿٢٥﴾

Artinya: “Yang kepunyaan-Nya-lah kerajaan langit dan bumi, dan dia tidak mempunyai anak, dan tidak ada sekutu baginya dalam kekuasaan(Nya), dan dia Telah menciptakan segala sesuatu, dan dia menetapkan ukuran-ukurannya dengan serapi-rapinya.” (Q.S. Al- Furqan, 25: 2)

Di dalam ruang lingkup ekonomi, konsep keseimbangan ini sangat menentukan konfigurasi aktivitas distribusi, konsumsi, serta produksi dengan kualitas yang terbaik. Dengan demikian agama Islam menuntut keseimbangan atau keadilan antara kepentingan diri sendiri dan kepentingan orang lain.⁵⁷ Dengan adanya hal tersebut maka konsep tauhid akan mengintegrasikan perilaku keseimbangan dan keadilan. Apabila hal tersebut terjadi maka

⁵⁴ Muhammad Djakfar, *Op. Cit.*, hlm. 23.

⁵⁵ Muhammad, *Op. Cit.*, 55.

⁵⁶ Q.S. Al- Furqan, 25: 2.

⁵⁷ Muhammad Djakfar, *Op. Cit.*, hlm. 24.

perilaku penyimpangan oleh oknum-oknum pelaku bisnis akan dapat dihindarkan.

Dalam hal ini juga terdapat sistem etika bisnis yang berlandaskan dengan konsep kontemporer. Konsep etika bisnis kontemporer yang berkaitan dengan konsep keseimbangan adalah konsep keadilan distributif. Di dalam keadilan distributif ini, lebih ditekankan kepada nilai tunggal yaitu keadilan. Pandangan keadilan distributif disebut etis apabila keputusan-keputusan dan tindakan yang dilakukan harus menjamin pembagian kekayaan, keuntungan, dan kerugian secara merata dan adil. Terdapat lima prinsip yang dipergunakan untuk menjamin pembagian keuntungan dan kerugian ini secara adil.⁵⁸ Kelima prinsip tersebut antara lain:

- 1.) Setiap orang berhak mendapatkan pembagian keuntungan yang sama.
- 2.) Setiap orang mendapatkan bagian sesuai dengan kebutuhan masing-masing.
- 3.) Setiap orang mendapat bagian sesuai dengan usaha masing-masing.
- 4.) Setiap orang mendapat bagian sesuai dengan kontribusi sosial masing-masing.
- 5.) Setiap orang mendapat bagian sesuai jasanya masing-masing.

⁵⁸ Muhammad, *Op. Cit.*, 47.

c. Kehendak Bebas

Pada suatu level tertentu, seorang manusia diberikan kehendak bebas untuk mengendalikan hidupnya sendiri pada saat Allah SWT menurunkannya ke bumi.⁵⁹ Manusia diberikan kemampuan untuk berfikir, membuat keputusan untuk memilih jalan hidup yang diinginkan, dan yang paling penting adalah manusia diberi kesempatan untuk bertindak berdasarkan aturan apapun yang dia mau pilih. Di dalam pandangan Islam, kebebasan tersebut tetap memiliki suatu batasan.

Namun di dalam Islam telah ditetapkan bahwa anugrah Allah SWT bergantung kepada pilihan awal manusia terhadap yang “benar”. Hal ini merupakan dasar etika yang sangat dijunjung tinggi di dalam agama Islam. Perlu disadari bahwa di dalam situasi apapun manusia tanpa sadar sesungguhnya telah dibimbing oleh aturan-aturan yang didasarkan kepada ketentuan Allah SWT di dalam syari`at-Nya yang telah dicontohkan oleh Rasulullah SAW. Kaitannya dengan bisnis, manusia sepenuhnya memiliki kebebasan dalam memilih bisnis. namun tetap harus sesuai dengan prinsip dan nilai syari`at yang telah ditetapkan.⁶⁰

Di dalam konsep kontemporer, etika bisnis yang berkaitan dengan konsep kehendak bebas disebut dengan relativisme. Di dalam sistem ini ditekankan kepada tidak ada kriteria tunggal, universal

⁵⁹ *Ibid.*, hlm. 55.

⁶⁰ Muhammad Djakfar, *Op. Cit.*, hlm. 25.

yang dapat digunakan untuk menemukan apakah suatu tindakan disebut etis atau tidak. Setiap manusia dapat mempergunakan kriterianya masing-masing, dan di dalam kriteria ini sangatlah mungkin timbul perbedaan diantara satu kebudayaan dengan kebudayaan lain. Lebih jelasnya pada etika relativisme dalam kriteria pengambilan keputusannya dibuat berdasarkan kepentingan dan kebutuhan pribadi.⁶¹

d. Tanggung Jawab

Apabila seorang melakukan kebebasan yang tidak terbatas adalah sebuah absurditas. Untuk memenuhi konsep keadilan dan kesatuan seperti yang sama-sama dapat dilihat pada semua ciptaan Allah SWT, seorang manusia dituntut untuk mempunyai tanggung jawab terhadap segala sesuatu yang telah dilakukan. Islam adalah agama yang adil. Di dalam konsep tanggung jawab Islam membedakan antara tanggung jawab yang bersifat fardhu`ain dan tanggung jawab yang bersifat fardhu kifayah.⁶² Hal ini sesuai dengan firman Allah SWT berikut:⁶³

قَالَ عَمَّا قَلِيلٍ لِّيُصْبِحُنَّ نَادِمِينَ ﴿٤٠﴾

Artinya: "Allah berfirman: "Dalam sedikit waktu lagi pasti mereka akan menjadi orang-orang yang menyesal."" (Q.S. Al-Mu'minun, 23: 40)

⁶¹ Muhammad, *Op. Cit.*, hlm. 42.

⁶² *Ibid.*, hlm. 56.

⁶³ Q.S. Al-Mu'minun, 23: 40.

Didalam konsep kontemporer, konsep yang berkaitan dengan sistem etika tanggung jawab adalah konsep hak. Di dalam pandangan ini, pendekatan hak terhadap etika lebih ditekankan kepada sebuah nilai yaitu suatu kebebasan. Pandangan ini disebut etis apabila keputusan-keputusan dan tindakan harus didasarkan pada hak-hak individu yang menjamin tentang suatu hak pribadi seseorang. Pada pendekatan hak ini, berkeyakinan bahwa seorang individu memiliki hak moral yang bersifat tidak dapat diganggu gugat. Hak-hak ini kemudian membawa kepada kewajiban yang saling menguntungkan diantara para pemegang hak tersebut. Namun sayangnya pendekatan hak terhadap etika ini sering kali disalah gunakan. Sejumlah individu mungkin tetap bersikeras mengatakan bahwa mereka memiliki prioritas yang tinggi dibandingkan dengan hak milik orang lain dan akhirnya terjadilah ketidakadilan pada sistem tatanan masyarakat. Ternyata hak juga membutuhkan suatu batasan-batasan agar dapat berjalan sesuai pada tempatnya dan tidak saling menimbulkan kerugian antar pemilik hak. Islam datang dengan keseimbangan dan keadilan dan menolak gagasan kebebasan tanpa tanggung jawab. Tentunya seorang manusia harus bertanggung jawab terhadap tindakan yang telah dilakukan.⁶⁴

⁶⁴ *Ibid.*, hlm. 46.

e. Kebenaran: Kebajikan dan Kejujuran

Kebenaran selain mengandung makna kebenaran lawan kesalahan, mengandung juga unsur kebajikan dan kejujuran. Nilai kebenaran adalah nilai yang dianjurkan dalam ajaran Islam. Dalam Al-Qur'an aksioma kebenaran yang mengandung kebajikan dan kejujuran dapat ditegaskan atas keharusan memenuhi perjanjian dalam melaksanakan bisnis.⁶⁵

Dalam konteks bisnis kebenaran dimaksudkan sebagai niat, sikap dan perilaku benar yang meliputi proses mencari atau memperoleh komoditas pengembangan maupun dalam proses upaya meraih atau menetapkan keuntungan. Dalam prinsip ini terkandung dua unsur penting yaitu kebajikan dan kejujuran. Kebajikan dalam bisnis ditunjukkan dengan sikap kerelaan dan keramahan dalam bermuamalah, sedangkan kejujuran ditunjukkan dengan sikap jujur dalam semua proses bisnis yang dilakukan tanpa adanya penipuan sedikitpun. Dengan prinsip kebenaran ini maka etika bisnis Islam sangat menjaga dan berlaku preventif terhadap kemungkinan adanya kerugian salah satu pihak yang melakukan transaksi, kerja sama atau perjanjian dalam bisnis.⁶⁶

Selain itu, konsep kebajikan (Ihsan) mempunyai pengertian suatu tindakan memberi manfaat lebih terhadap orang lain, tidak mengecewakan dan menimbulkan mudharat bagi orang lain tersebut.

⁶⁵ Khoiruddin, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Bandar Lampung: LP2M, 2015), hlm. 53.

⁶⁶ Abdul Aziz, *Op. Cit.*, hlm. 46.

Dalam pengertian lain Ihsan yaitu melaksanakan perbuatan baik dan memberikan manfaat kepada orang lain tanpa adanya kewajiban tertentu yang mengharuskan perbuatan tersebut atau dengan kata lain beribadah dan berbuat baik seakan-akan Allah SWT melihat.⁶⁷ Hal ini didasarkan kepada firman Allah SWT berikut:⁶⁸

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ ۖ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ

اللَّهُ شَدِيدُ الْعِقَابِ ﴿٢﴾

Artinya: “...dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. dan bertakwalah kamu kepada Allah, Sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya.” (Q.S. Al-Maidah, 5: 2)

4. Parameter Penerapan Etika Bisnis Islam

Tingkat pertumbuhan suatu bisnis banyak dipengaruhi oleh berbagai faktor. Baik faktor yang berasal dari internal maupun faktor yang berasal dari eksternal. Baik faktor yang dapat mendukung kemajuan dan perkembangan bisnis, maupun faktor-faktor yang dapat menghambat perjalanan suatu bisnis. Ketika berbicara masalah perkembangan suatu bisnis, maka parameter yang biasa dipakai adalah “*growth of profit*”. Namun ternyata bukan hanya itu saja parameter yang digunakan untuk menilai perkembangan pada suatu bisnis. Parameter penerapan etika bisnis Islam pun sebenarnya harus

⁶⁷ Muhammad, *Op. Cit.*, hlm. 57.

⁶⁸ Q.S. Al-Maidah, 5: 2.

digunakan untuk mengukur kemajuan suatu bisnis. Untuk lebih jelasnya, parameter-parameter tersebut antara lain:⁶⁹

a. Aspek Pemasaran

Untuk menganalisis aspek pemasaran akan dilakukan dengan menggunakan proses bauran pemasaran, yaitu sebuah perangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mencapai tujuan pemasarannya dalam sasaran. Menurut Swastha dan Sukotjo, alat-alat bauran pemasaran dapat diklasifikasikan menjadi empat unsur, yaitu produk, harga, distribusi, dan promosi.⁷⁰

b. Aspek Manajemen dan SDM

Manajemen dalam pembangunan bisnis maupun manajemen dalam suatu implementasi bisnis sebenarnya memiliki pengertian yang hampir sama dengan manajemen lainnya. Fungsinya untuk sebuah aktivitas perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengendalian. Aspek SDM sebenarnya bertujuan untuk mengetahui apakah dalam pembangunan bisnis dapat dikatakan layak atau sebaliknya. Hal tersebut dapat dilihat dari ketersediaan SDM yang berkualitas.⁷¹

⁶⁹ Emiwati, *Op. Cit.*, hlm. 31.

⁷⁰ Basu Swastha dan Ibnu Sukotjo, *Pengantar Bisnis Modern*, (Yogyakarta: Liberti, 1995), hlm. 193.

⁷¹ Husein Umar, *Studi Kelayakan Bisnis: Teknik Menganalisis Kelayakan Rencana Bisnis secara Komperhensif, Ed ke-2*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2003), hlm. 115.

c. Aspek Hukum

Dalam hal ini, aspek hukum mempelajari tentang bentuk suatu badan usaha yang akan digunakan, ketersediaannya jaminan-jaminan yang bisa disediakan apabila akan menggunakan sumber dana berupa pinjaman ataupun pembiayaan berbagai akta, sertifikat, izin yang diperlukan dan lain-lain.⁷²

d. Aspek Sosial

Perusahaan bisnis tentunya memiliki tujuan utama yaitu mencari keuntungan. Namun semua itu tidak akan berjalan dengan baik apabila perusahaan tidak mampu berjalan bersama-sama dengan komponen lain di dalam satu tatanan kehidupan yang begitu kompleks. Lembaga sosial adalah salah satu komponen untuk menjaga keseimbangan kelangsungan perjalanan perusahaan bisnis. Dan suatu perusahaan tentunya sangat dituntut untuk memiliki tanggung jawab sosial. Manfaat dari suatu perusahaan yang didirikan hendaknya dapat dirasakan oleh lingkungan sekitar. Manfaat yang dapat diterima oleh masyarakat adalah terbukanya suatu lapangan kerja baru, meningkatkan mutu hidup masyarakat, dan membina masyarakat yang mampu menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi.⁷³

⁷² Husnan dan Suwarsono, *Studi Kelayakan Proyek, Ed ke-4*, (Yogyakarta: UPP. AMP YKPN, 2000), hlm. 20.

⁷³ Emawati, *Op. Cit.*, hlm. 34.

e. Aspek Dampak Lingkungan

Aspek dampak lingkungan biasa dikenal sebagai analisis mengenai dampak suatu lingkungan (AMDAL) yang merupakan suatu mekanisme untuk mencapai sebuah kelestarian lingkungan hidup. Aspek lingkungan meliputi limbah yang dihasilkan pada saat proses produksi. Aspek ini harus dilakukan agar kualitas lingkungan hidup tidak rusak dengan beroprasinya proses industri. Manusia dalam usahanya untuk memenuhi kebutuhan dan meningkatkan kesejahteraan melakukan kegiatan yang semakin lama semakin merubah lingkungan hidup.⁷⁴ Hal ini sangat perlu diperhatikan oleh semua pihak yang berkepentingan karena tidak semua sumber daya dapat diperbaharui.

f. Aspek Finansial

Tujuan menganalisis aspek finansial dari suatu perusahaan bisnis adalah untuk menentukan rencana investasi melalui perhitungan biaya dan manfaat yang diharapkan, dengan membandingkan antara pengeluaran dan pendapatan, seperti ketersediaan dana, biaya modal, kemampuan proyek untuk membayar kembali dana tersebut dalam waktu yang telah ditentukan dan menilai apakah bisnis tersebut dapat berjalan dan berkembang.⁷⁵

Untuk dapat mengetahui apakah perusahaan bisnis tersebut menguntungkan atau tidak, maka akan dilakukan analisis evaluasi perusahaan bisnis dengan menghitung manfaat dan biaya yang

⁷⁴ *Ibid.*

⁷⁵ Husein Umar, *Op. Cit.*, hlm. 178.

diperlukan sepanjang perjalanan perusahaan bisnis tersebut. Salah satu komponen yang diperlukan dalam analisis tingkat kemajuan bisnis adalah tingkat *cash flow*. Parameter ini dapat terwujud dengan baik apabila suatu perusahaan bisnis dapat sukses pada lima tahap sebelumnya. Tanpa kelima hal diatas kecil kemungkinan tercipta *cash flow* atau perputaran uang yang baik pada suatu perusahaan. *Cash flow* yang baik pada suatu perusahaan dapat menjadi parameter untuk mengukur tingkat perkembangan suatu perusahaan. Apabila perusahaan mempunyai *cash flow* yang sehat dan baik, maka kemungkinan besar perusahaan tersebut dapat tumbuh berkembang dengan baik. Di dalam suatu *cash flow* dibagi kedalam dua macam yaitu arus kas masuk dan arus kas keluar.⁷⁶

C. Kemajuan Bisnis

1. Pengertian Kemajuan/Keberhasilan Bisnis

Kemajuan bisnis atau keberhasilan bisnis menurut Suryana adalah keberhasilan dari bisnis dalam mencapai tujuan nya. Suatu bisnis dikatakan berhasil bila mendapat laba, walaupun laba bukan merupakan satu-satunya aspek yang dinilai dari keberhasilan suatu usaha. Tetapi alasan laba yang menjadi faktor penting adalah karena laba merupakan tujuan dari orang yang melakukan bisnis. Jika penurunan laba atau ketidakstabilan laba, maka perusahaan akan

⁷⁶ Haming dan Basalamah, *Studi Kelayakan Investasi: Proyek dan Bisnis*, (Jakarta: PPM, 2003), hlm. 67.

kesulitan untuk mengoperasikan kegiatan usahanya dan menjaga ketahanan usahanya.⁷⁷

Dalimunthe dalam Edi Noersasongko yang menyatakan bahwa kita dapat menganalisis keberhasilan usaha dengan mengetahui kinerja suatu perusahaan yang dapat dirumuskan melalui suatu perbandingan nilai yang dihasilkan perusahaan dengan nilai yang diharapkan dengan memanfaatkan sumber daya yang dimiliki. Kinerja perusahaan adalah output dari berbagai faktor di atas yang oleh karenanya ukuran ini menjadi sangat penting untuk mengetahui tingkat adaptabilitas bisnis dengan lingkungannya. Kinerja usaha perlu dihubungkan dengan target perusahaan yang ditentukan oleh manajer-pemilik usaha. Apapun targetnya, kinerja usaha merupakan tolak ukur untuk menilai seberapa besar tingkat pencapaian suatu target atau tujuan usaha.⁷⁸

Dwi Riyanti mengemukakan keberhasilan usaha yaitu usaha kecil berhasil karena wirausaha memiliki otak yang cerdas, yaitu kreatif, mengikuti perkembangan teknologi dan dapat menerapkan secara proaktif. Mereka juga memiliki energi yang melimpah serta dorongan dan kemampuan asertif.⁷⁹

Menurut Ranto dalam jurnal Mei Ie dan Eni Visantia, Keberhasilan berwirausaha tidaklah identik dengan seberapa berhasil seseorang mengumpulkan uang atau harta serta menjadi kaya, karena

⁷⁷ Suryana, *Op. Cit.*, hlm. 285.

⁷⁸ Edi Noersasongko, Disertasi Doktor: “Analisis Pengaruh Karakteristik Individu Kewirausahaan dan Gaya Kepemimpinan terhadap Kemampuan Usaha serta Keberhasilan Usaha pada Usaha Batik di Jawa Tengah”, (Malang: FSP Universitas Merdeka Malang, 2005), hlm. 27.

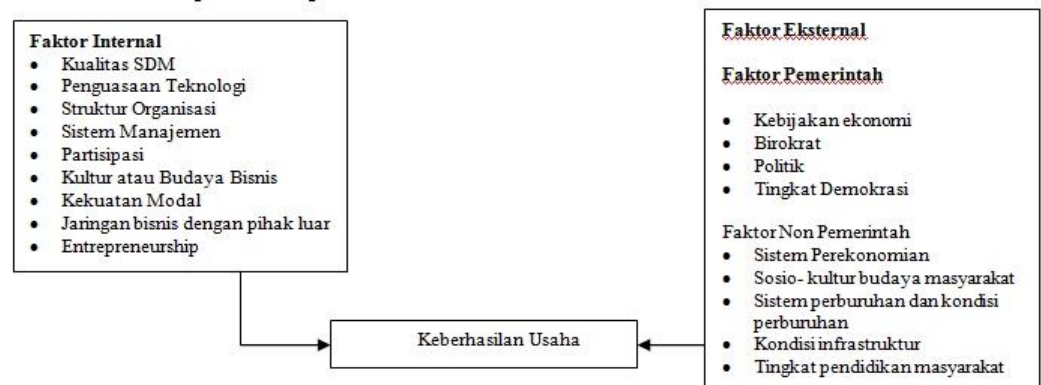
⁷⁹ Benedicta Prihatin Dwi Riyanti, *Op. Cit.*, hlm. 29.

kekayaan bisa diperoleh dengan berbagai cara sehingga menghasilkan nilai tambah. Berusaha lebih dilihat dari bagaimana seseorang bisa membentuk, mendirikan, serta menjalankan usaha dari sesuatu yang tadinya tidak berbentuk, tidak berjalan atau mungkin tidak ada sama sekali. Seberapa pun kecilnya ukuran suatu usaha jika dimulai dari nol dan bisa berjalan dengan baik maka nilai berusahnya jelas lebih berharga daripada sebuah organisasi besar yang dimulai dengan bergelimang fasilitas.⁸⁰

2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan Bisnis

Terdapat banyak faktor yang mempengaruhi keberhasilan suatu bisnis, antara lain dapat dilihat pada gambar berikut.⁸¹

Gambar 2.1
Faktor-Faktor Keberhasilan Bisnis



Sumber: Tulus Tambunan (2002: 14)

Terlihat dari skema di atas bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha dapat diketahui dari dua faktor

⁸⁰ Mei Ie, Eni Visantia, "Pengaruh Efikasi Diri dan Motivasi Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Pemilik Toko Pakaian Di Pusat Grosir Metro Tanah Abang", *Jurnal Manajemen*, Vol. 13, No. 1, (2013), hlm. 2-3.

⁸¹ Tulus Tambunan, *Perdagangan Internasional dan Neraca Pembayaran: Teori dan Temuan Empiris*, (Jakarta: LP3ES, 2002), hlm. 14.

yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal yang diantaranya yaitu; kualitas sdm, penguasaan organisasi, struktur organisasi, sistem manajemen, partisipasi, kultur/budaya bisnis, kekuatan modal, jaringan bisnis dengan pihak luar, tingkat entrepreneurship.

Faktor eksternal dapat dibagi menjadi dua yaitu faktor pemerintah dan non pemerintah. Faktor pemerintah diantaranya; kebijakan ekonomi, birokrat, politik, dan tingkat demokrasi. Faktor non pemerintah yaitu; sistem perekonomian, sosio- kultur budaya masyarakat, sistem perburuhan dan kondisi perburuhan, kondisi infrastruktur, tingkat pendidikan masyarakat, dan lingkungan global.

3. Dimensi Keberhasilan Bisnis

Keberhasilan bisnis diidentikkan dengan perkembangan perusahaan. Istilah itu diartikan sebagai suatu proses peningkatan kuantitas dari dimensi perusahaan. Perkembangan perusahaan adalah proses dalam pertambahan jumlah karyawan, peningkatan modal, dan lain-lain.

Beberapa indikator dalam menentukan keberhasilan bisnis menurut Henry Faizal Noor adalah sebagai berikut:⁸²

a. Laba (*Profitability*)

Laba merupakan tujuan utama dari bisnis. Laba usaha adalah selisih antara pendapatan dengan biaya.

⁸² Henry Faizal Noor, *Ekonomi Manajerial*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007), hlm. 397.

b. Produktivitas dan Efisiensi

Besar kecilnya produktivitas suatu usaha akan menentukan besar kecilnya produksi. Hal ini akan mempengaruhi besar kecilnya penjualan dan pada akhirnya menentukan besar kecilnya pendapatan, sehingga mempengaruhi besar kecilnya laba yang diperoleh.

c. Daya Saing

Daya saing adalah kemampuan atau ketangguhan dalam bersaing untuk merebut perhatian dan loyalitas konsumen. Suatu bisnis dapat dikatakan berhasil, bila dapat mengalahkan pesaing atau paling tidak masih bisa bertahan menghadapi pesaing.

d. Kompetensi dan Etika Usaha

Kompetensi merupakan akumulasi dari pengetahuan, hasil penelitian, dan pengalaman secara kuantitatif maupun kualitatif dalam bidangnya sehingga dapat menghasilkan inovasi sesuai dengan tuntutan zaman.

e. Terbangunnya Citra Baik

Citra baik perusahaan terbagi menjadi dua yaitu, *trust internal* dan *trust external*. *Trust internal* adalah amanah atau trust dari segenap orang yang ada dalam perusahaan. Sedangkan *trust external* adalah timbulnya rasa amanah atau percaya dari segenap *stakeholder* perusahaan, baik itu konsumen, pemasok, pemerintah, maupun masyarakat luas, bahkan juga pesaing.

Indikator keberhasilan usaha menurut Dwi Riyanti kriteria yang cukup signifikan untuk menentukan keberhasilan suatu usaha dapat dilihat dari:⁸³

- a. Peningkatan dalam akumulasi modal atau peningkatan modal
- b. Jumlah produksi
- c. Jumlah pelanggan
- d. Perluasan usaha
- e. Perluasan daerah pemasaran
- f. Perbaikan sarana fisik dan pendapatan usaha

Adapun indikator keberhasilan usaha menurut Suryana keberhasilan usaha terdiri dari:⁸⁴

- a. Modal
- b. Pendapatan
- c. Volume Penjualan
- d. Output produksi
- e. Tenaga Kerja

Dapat diketahui bahwa terdapat banyak pendapat dan pandangan mengenai dimensi keberhasilan usaha. Maka dimensi yang digunakan untuk penelitian ini menggunakan pendapat Dwi Riyanti bahwa dimensi keberhasilan usaha yaitu diantaranya adalah peningkatan dalam akumulasi modal atau peningkatan modal, jumlah produksi, jumlah

⁸³ Benedicta Prihatin Dwi Riyanti, *Op. Cit.*, hlm. 28.

⁸⁴ Suryana, *Op. Cit.*, hlm. 85.

pelanggan, perluasan usaha, perluasan daerah pemasaran, perbaikan sarana fisik dan pendapatan usaha.⁸⁵

⁸⁵ Benedicta Prihatin Dwi Riyanti, *Op. Cit.*, hlm. 28.

BAB III

GAMBARAN UMUM DAN ANALISIS PENELITIAN

A. Gambaran Umum Swalayan Surya

1. Sejarah Singkat Swalayan Surya

Swalayan Surya pertama kali berdiri pada tahun 1979 yang beralamatkan di Jalan Hayam Wuruk N0. 18 Tanjung Agung, Bandar Lampung yang merupakan toko pertama yang dikelola oleh Bapak Hany Cahyawan S.T., M.T. Swalayan Surya hingga saat ini mengalami perkembangan yang cukup pesat karena telah membuka sebanyak enam gerai yang berada di Bandar Lampung, Pesawaran dan juga di Lampung Selatan.

Tabel 3.1
Daftar Gerai Swalayan Surya

No	Alamat	Tahun Berdiri
1	Jalan Hayam Wuruk No.18 Tanjung Agung, Bandar Lampung	1979
2	Jalan Zainal Abidin Pagar Alam No.50 Gedong Meneng, Bandar Lampung	1997
3	Jalan Pangeran Tirtayasa No.12 Sukabumi, Bandar Lampung	1999
4	Jalan Pangeran Senopati No.1 Jatimulyo, Lampung Selatan	2008
5	Jalan Raya Kurungan Nyawa, Gedong Tataan, Pesawaran	2011
6	Jalan Ryacudu, Jalur Dua Korpri, Bandar Lampung	2014

Sumber: Swalayan Surya 2019

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa butuh waktu sampai puluhan tahun seorang Bapak Hany Cahyawan dalam mengembangkan Swalayan Surya untuk bisa membuka seluruh gerainya, waktu selama

puluhan tahun ini merupakan pembelajaran bagi pak Iwan selaku pemilik Swalayan Surya dalam mempelajari keinginan konsumen dalam hal ini merupakan masyarakat Bandar Lampung dalam berbelanja. Harga dan kualitas pelayanan merupakan hal utama yang menjadi pertimbangan pak Iwan dalam mengembangkan Swalayan Surya, tetapi suasana gerai yang nyaman juga menjadi hal yang di patut dipikirkan oleh pak Iwan dalam mempertahankan konsumen Swalayan Surya untuk berbelanja kembali di kemudian hari.

Minimarket Surya merupakan bidikan lokasi gerai dari Surya Mart Jakarta yang telah menyiapkan rencana bisnis, yang akan berdiri di 34 provinsi untuk 5 tahun mendatang. Untuk memantapkan bisnis, Surya Mart membentuk badan hukum yakni perseroan terbatas (PT) Target yang ingin dicapai oleh Surya sendiri adalah untuk semua kalangan atas, menengah, maupun kalangan bawah, khususnya kalangan rumah tangga atau anak-anak kost.

Saat ini sudah ada 128 gerai Surya Mart dengan perincian 110 Minimarket di Jawa Timur dan Jawa Tengah. Sisanya adalah 18 Minimarket di Surabaya, Padang, dan Bandar Lampung. Dalam menjalankan kegiatan usahanya ini, swalayan surya berdasarkan ajaran Islam yang tertera dalam Al-Quran dan Hadist. Halal yang diajarkan dalam Al-Quran akan dijalankan yang dijual harus terdapat label halal dari MUI, pada saat shalat jumat, swalayan surya akan ditutup dahulu

baru dibuka setelah shalat jumat dan pegawai wanitanya diwajibkan memakai jilbab.

Rumah Belanja Surya sudah beroperasi lebih dari 10 tahun, Rumah Belanja Surya diharapkan dapat menambah pemasukan perusahaan serta memenuhi kebutuhan sehari-hari bagi konsumen dengan harga yang terjangkau. Dalam portofolio usahanya, manajemen swalayan surya berencana akan membuka beberapa cabang lagi. Hal ini dilakukan agar jaringan-jaringan pemasarannya lebih luas. Dengan lebih luasnya pemasaran tersebut maka keuntungannya juga akan bertambah.⁸⁶

2. Tujuan Didirikannya Swalayan Surya

Tujuan didirikannya swalayan surya ini adalah untuk mencari keuntungan, sama dengan perusahaan-perusahaan lainnya yang juga mencari keuntungan. Namun bedanya, swalayan surya selalu mengedepankan nilai keberkahan dalam menjalankan setiap kegiatannya. Tujuan didirikannya swalayan surya selain untuk mencari keuntungan, namun juga untuk memberitahukan kepada masyarakat bahwa ekonomi Islam juga dapat digunakan pada usaha disektor ritel seperti ini. Berikut ini adalah tujuan-tujuan didirikannya swalayan surya, yaitu:

⁸⁶ Frika Trisnawati, *Wawancara Kepala Toko Swalayan Surya*, Dicatat Tanggal 19 Februari 2019, Pukul 14:00.

- a. Mencari Profit.
- b. Memberitahukan kepada masyarakat bahwa usaha ritel seperti ini dapat menggunakan sistem ekonomi Islam.
- c. Melakukan dakwah melalui usaha ritel ini.

Dalam hal ini tujuan swalayan surya tidak hanya mementingkan duniawinya saja, tetapi juga kepentingan akhiratnya. Hal ini dapat dilihat dari tujuan-tujuan yang telah disebutkan diatas. Hal ini sesuai dengan ajaran Islam bahwa hidup ini harus seimbang antara duniawi dan akhirat, konsep seperti ini juga berlaku didalam kegiatan ekonomi.⁸⁷

3. Visi, Misi, dan Komitmen Swalayan Surya

a. Visi Swalayan Surya

Menjadi minimarket Islami, berbeda dari minimarket lainnya.

b. Misi Swalayan Surya

- 1.) Mendayagunakan masyarakat melalui kerjasama dengan UKM
- 2.) Membangun suasana kekeluargaan.
- 3.) Menjadi teladan bagi orang yang ingin berusaha di bidang ritel.
- 4.) Meningkatkan kerja profesionalisme dengan menggali dan memanfaatkan sumber daya yang ada.
- 5.) Membangun perekonomian umat Islam.

⁸⁷ *Ibid.*

c. Komitmen Swalayan Surya

- 1.) Berkomitmen 100% terhadap visi, misi, budaya perusahaan, peraturan pemerintah dan merekomendasi Citra Swalayan Syari'ah kepada siapa saja sebagai inovasi swalayan syari'ah di Kota Bandar Lampung.
- 2.) Bertanggung jawab terhadap semua yang terjadi di perusahaan, berusaha sampai maksimal dan bila sudah terjadi sesuatu hal yang mengecewakan tunjukan bahwa kita adalah orang yang berjiwa besar dan tidak lari dari apa yang kita kerjakan.
- 3.) Berbuat, mengakui, berkata ataupun memberi informasi yang sesuai dengan kenyataan atau kebenaran.
- 4.) Menyediakan barang-barang kebutuhan konsumen dengan harga yang murah dan bersaing.
- 5.) Menyediakan produk yang beragam dan berkualitas tinggi.
- 6.) Hanya menyediakan barang-barang halal.
- 7.) Memberikan harga-harga promosi untuk bermacam-macam produk setiap bulan.
- 8.) Melayani pelanggan dengan sebaik mungkin.⁸⁸

4. Struktur Organisasi Swalayan Surya

Organisasi adalah kumpulan dari banyak orang untuk mencapai tujuan. Dalam setiap organisasi terdapat kerjasama yang sistematis antara kumpulan orang-orang tersebut. Pembentukan suatu organisasi

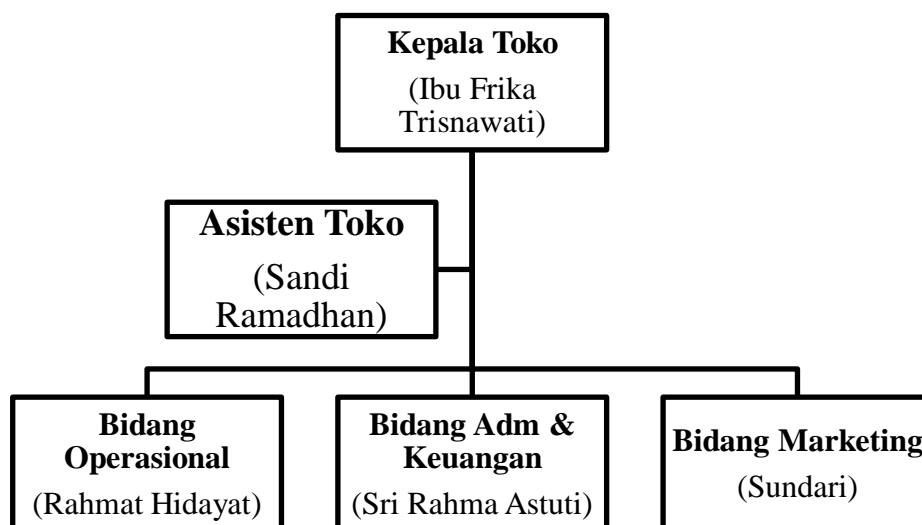
⁸⁸ *Ibid.*

harus memperhatikan fungsi-fungsi yang diinginkan dan melakukan pembagian tugas, wewenang dan tanggung jawab yang jelas dan terperinci. Setelah semua hal tersebut dilakukan maka setiap orang dapat bertanggung jawab sesuai dengan tugas dan peranan yang telah diberikan.

Manajemen dan organisasi adalah dua perangkat yang saling berkaitan dan tidak dapat dipisahkan. Manajemen merupakan alat untuk mencapai tujuan sedangkan organisasi sebagai wadah atau tempat untuk mencapai tujuan tersebut. Setiap organisasi yang baik akan memiliki visi, misi, perencanaan, arah dan tujuan yang jelas dalam langkah-langkah yang teratur, terarah, dan terkoordinir secara baik.

Dalam gerai Swalayan Surya terdapat struktur organisasi berbentuk garis yang mana pembagian tugasnya adalah sebagai berikut :

Gambar 3.1
Struktur Organisasi Swalayan Surya Jalan Ryacudu Jalur Dua Korpri



Sumber: Swalayan Surya (Data Primer diolah)

Keterangan:

- a. **Kepala Toko:** Mengawasi dan mengatur bidang keuangan & administrasi, dan sumber daya manusia (SDM)
- b. **Asisten Toko:** Membantu kepala toko
- c. **Operasional:** Menetapkan rencana dan strategi operasional, menetapkan rencana kerja bulanan
- d. **Marketing:** Melaksanakan program kerja marketing, memastikan kualitas pelayanan, melakukan kontrol penjualan dan produksi
- e. **Administrasi & Keuangan:** Melakukan kontrol biaya, mendukung program kerja operasional dan marketing, melakukan pencatatan transaksi keuangan, melakukan pencatatan transaksi administrasi.

B. Hasil dan Analisis Penelitian

1. Gambaran Responden

Pada bagian ini sebelum peneliti menggambarkan hasil kuisioner yang disebarkan kepada konsumen yang berbelanja di Swalayan Surya Jalan Ryacudu Jalur Dua Korpri, terlebih dahulu akan dibahas mengenai gambaran karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, usia, dan jenis pekerjaan. Penelitian ini dilakukan dengan jumlah responden 94 orang. Gambaran umum responden dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut :

a. Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 3.2

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
1	Laki-laki	26	28 %
2	Perempuan	68	72 %
Jumlah		94	100 %

Sumber: Data Primer diolah tanggal 24 April 2019

Berdasarkan tabel diatas, menunjukan bahwa jawaban kuesioner oleh para konsumen yang berbelanja dengan jenis kelamin perempuan lebih banyak dibanding dengan jumlah laki-laki. Hal ini dikarenakan mayoritas kalangan perempuan yang lebih banyak berbelanja kebutuhan pokok sehari-hari.

b. Distribusi Responden Berdasarkan Usia

Tabel 3.3

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah	Persentase
1	< 20 tahun	6	6 %
2	20-29 tahun	34	37 %
3	30-40 tahun	23	24 %
4	>41 tahun	31	33 %
Jumlah		94	100 %

Sumber: Data Primer diolah 24 April 2019

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa distribusi responden terbesar terdapat pada kelompok umur 20-29 tahun yaitu 34 orang responden atau 37% dari total responden. Hal ini dikarenakan

mayoritas pengunjung yang berbelanja adalah ibu-ibu muda dan mahasiswa yang kost disekitaran Sukarame.

c. Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Tabel 3.4

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

No	Jenis Pekerjaan	Jumlah	Persentase
1	PNS	23	24 %
2	Ibu Rumah Tangga	28	30 %
3	Wiraswasta	12	13 %
4	Pedagang	7	7 %
5	Mahasiswa/Pelajar	24	26 %
Jumlah		94	100 %

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa distribusi responden terbanyak terdapat pada responden yang memiliki pekerjaan sebagai Ibu Rumah Tangga yaitu berjumlah 28 orang atau 30%.

2. Analisis Prinsip Etika Bisnis Islam

a. Prinsip Tauhid/Keesaan

Dalam Islam keesaan/tauhid merupakan landasan yang dijadikan sebagai pondasi utama setiap langkah seorang muslim untuk menjalankan fungsi kehidupannya yang selalu pada keridhoan Allah sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Maka dari itu sebagai pelaku bisnis seharusnya tidak menyepelekan kewajibannya kepada Allah SWT.

Tabel dari hasil kuesioner pada setiap pertanyaan-pertanyaan adalah sebagai berikut :

1.) Pada waktu operasional Swalayan Surya memberikan jam khusus untuk melaksanakan waktu sholat

Tabel 3.5
Jawaban Konsumen

Alternatif Jawaban	Konsumen	
	Frekuensi	Persentase
Selalu	73	78%
Sering	16	17%
Kadang-Kadang	5	5%
Tidak Pernah	0	0%
Jumlah	94	100%

Sumber: Data Primer diolah pada tanggal 20 April 2019

Berdasarkan hasil tabel diatas dapat diketahui bahwa 73 atau 78% konsumen menjawab selalu. Hal ini menunjukkan bahwa Swalayan Surya telah menerapkan prinsip etika bisnis Islam yang dapat dilihat dari mayoritas jawaban responden menyatakan bahwa Swalayan Surya selalu memberikan jam istirahat khusus ketika waktu sholat tiba, terkhusus pada saat sholat jum'at. Hal ini dapat dinilai bahwa pihak perusahaan mewajibkan seluruh pegawai untuk mendahulukan ibadah sebagai bentuk rasa tunduk kepada perintahnya.

Menurut Djakfar bahwa tauhid adalah hubungan vertikal antara manusia dengan Allah SWT yang merupakan wujud penyerahan diri secara penuh tanpa syarat, menjadikan keinginan dan ambisi

untuk tunduk pada perintahnya.⁸⁹ Pernyataan ini sesuai dengan firman Allah SWT. berikut ini:⁹⁰

قُلْ إِنَّ صَلَاتِي وَنُسُكِي وَمَحْيَايَ وَمَمَاتِي لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ ﴿١٦٢﴾

Artinya: “Katakanlah: Sesungguhnya sembahyangku, ibadahku, hidupku dan matiku hanyalah untuk Allah, Tuhan semesta alam.” (Q.S. Al-An’ām ayat 162)

Hubungan antara konsep tauhid dengan etika bisnis Islam adalah ketika hamba Allah sudah patuh dan juga tertib dalam menjalankan perintahnya maka juga akan tertib dalam urusan duniawi, misalnya dalam berbisnis. Tertib dalam cara berbisnisnya maupun produk atau barang dagangan yang diperjual belikan. Semakin dia mendekatkan diri kepada Allah maka ia selalu merasa diawasi oleh Allah, sehingga kecil kemungkinan untuk berbuat kecurangan ataupun kebohongan didalam bisnisnya.

2.) Swalayan Surya selalu menyediakan nuansa Islami seperti adanya murottal Al-Qur’an

Tabel 3.6
Jawaban Konsumen

Alternatif Jawaban	Konsumen	
	Frekuensi	Persentase
Selalu	79	84%
Sering	12	13%
Kadang-Kadang	3	3%
Tidak Pernah	0	0
Jumlah	94	100%

Sumber: Data Primer diolah pada tanggal 20 April 2019

⁸⁹ Muhammad Djakfar, *Op. Cit.*, hlm. 22.

⁹⁰ Q.S. Al- An’ām, 6: 162.

Berdasarkan hasil tabel diatas dapat diketahui bahwa 79 atau 84% konsumen menjawab selalu. Hal ini menunjukkan bahwa murottal Al-Qur'an selalu terdengar di Swalayan Surya. Dengan terdengarnya *murottal* Al-Qur'an setiap harinya, pihak Swalayan Surya beranggapan bahwa bisnis yang dijalankan akan selalu mendapatkan rahmat. Pernyataan ini sesuai dengan firman Allah SWT. berikut:⁹¹

وَإِذَا قُرِئَ الْقُرْآنُ فَاسْتَمِعُوا لَهُ وَأَنْصِتُوا لَعَلَّكُمْ تُرْحَمُونَ ﴿٢٠٤﴾

Artinya: "Dan apabila dibacakan Al Quran, Maka dengarkanlah baik-baik, dan perhatikanlah dengan tenang agar kamu mendapat rahmat." (Q.S. Al-A'raf ayat 204)

Menurut penjelasan Ibu Frika selaku Kepala Toko, beliau meyakini bahwa satu saja ayat al-Qur'an yang didengarkan, akan diberi kebaikan berlipat ganda dari Allah, dibandingkan dengan kebaikan yang akan kita peroleh ketika mendengarkan lagu-lagu modern masa kini.⁹²

b. Prinsip Kehendak Bebas

Kebebasan merupakan bagian penting dalam nilai etika bisnis Islam. Kehendak bebas berarti kemampuan bertindak pelaku bisnis tanpa paksaan dari luar, sesuai dengan parameter ciptaan Allah.

⁹¹ Q.S. Al-A'raf, 7: 204.

⁹² Frika Trisnawati, *Wawancara Kepala Toko Swalayan Surya*, Dicatat Tanggal 18 April 2019.

Untuk mengetahui bagaimana tanggapan responden tentang prinsip kehendak bebas yang diterapkan oleh Swalayan Surya dapat dilihat pada tabel berikut :

1.) Pegawai dalam mempromosikan produk tidak pernah memaksa konsumen untuk membeli produk tersebut

Tabel 3.7
Jawaban Konsumen

Alternatif Jawaban	Konsumen	
	Frekuensi	Persentase
Selalu	4	4%
Sering	2	2%
Kadang-Kadang	3	3%
Tidak Pernah	85	91%
Jumlah	94	100%

Sumber: Data Primer diolah pada tanggal 20 April 2019

Berdasarkan hasil tabel diatas dapat diketahui bahwa 91 % responden menjawab tidak pernah. Hal ini menunjukkan bahwa pihak pegawai selalu memberi kebebasan kepada konsumen dalam berbelanja produk yang tersedia.

Hal ini menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis Islam apabila ditinjau dari prinsip kehendak bebas dapat dikatakan sudah baik karena pihak Swalayan Surya tidak pernah memaksa konsumen untuk membeli produk yang dijual. Sehingga kebebasan itu tidak merugikan kepentingan kolektif, dan kepentingan individu dibuka lebar. Manusia dianugerahi kehendak bebas untuk memberi

arahan dan membimbing kehidupannya sendiri sebagai khalifah di muka bumi. (QS.Al-Baqarah ayat 30).⁹³

وَإِذْ قَالَ رَبُّكَ لِلْمَلٰٓئِكَةِ اِنِّیْ جَاعِلٌ فِی الْاَرْضِ خَلِیْفَةً ۚ قَالُوْۤا اَتَجْعَلُ فِیْهَا
مَنْ یُّفْسِدُ فِیْهَا وَیَسْفِكُ الدِّمَآءَ وَنَحْنُ نُسَبِّحُ بِحَمْدِكَ وَنُقَدِّسُ لَكَ ۗ قَالَ
اِنِّیْۤ اَعْلَمُ مَا لَا تَعْلَمُوْنَ ﴿۳۰﴾

Artinya: "Ingatlah ketika Tuhanmu berfirman kepada para malaikat: "Sesungguhnya Aku hendak menjadikan seorang khalifah di muka bumi." mereka berkata: "Mengapa Engkau hendak menjadikan (khalifah) di bumi itu orang yang akan membuat kerusakan padanya dan menumpahkan darah, padahal kami senantiasa bertasbih dengan memuji Engkau dan mensucikan Engkau?" Tuhan berfirman: "Sesungguhnya Aku mengetahui apa yang tidak kamu ketahui."

Berdasarkan ayat diatas maka ayat ini sebagai dalil wajibnya mengangkat khalifah untuk memutuskan perkara di tangan umat manusia dalam perkara yang mereka sengketakan, memutuskan perkara yang mereka perebutkan, juga menolong orang yang teraniaya dari orang yang menzhaliminya, menegakkan hukum, mencegah berbagai perbuatan keji, dan perkara-perkara penting lainnya yang tidak mungkin ditegakkan kecuali dengan adanya iman (pemimpin).⁹⁴

Berdasarkan prinsip bebas ini, manusia memiliki kebebasan untuk membuat suatu perjanjian termasuk menepati janji atau

⁹³ QS.Al-Baqarah, 2: 30.

⁹⁴ Syaikh Shafiyyur Al-Mubarak, *Tafsir Ibnu Katsir* (Jakarta: Pustaka Ibnu Katsir, 2006), hlm. 202.

mengingkarinya. Tentu saja seorang muslim yang percaya kepada kehendak Allah akan memuliakan semua janji yang dibuatnya.

c. Prinsip Keseimbangan/Keadilan

Dalam Islam keadilan sebagai prinsip yang menunjukkan kejujuran, keseimbangan, kesederhanaan, dan keterusterangan yang merupakan nilai-nilai moral yang ditekankan dalam Al-Qur'an.

Untuk mengetahui bagaimana tanggapan responden tentang prinsip kehendak bebas yang diterapkan oleh Swalayan Surya dapat dilihat pada tabel berikut:

1.) Dalam berdagang tidak pernah menawarkan produk dengan harga yang berbeda kepada semua konsumen

Tabel 3.8
Jawaban Konsumen

Alternatif Jawaban	Konsumen	
	Frekuensi	Persentase
Selalu	2	2%
Sering	5	5%
Kadang-Kadang	1	1%
Tidak Pernah	86	92%
Jumlah	94	100%

Sumber: Data Primer diolah pada tanggal 20 April 2019

Berdasarkan hasil tabel diatas dapat diketahui bahwa 92% responden menjawab tidak pernah. Hal ini menunjukkan bahwa pihak Swalayan Surya tidak pernah membedakan konsumen dalam pelayanannya.

Hal ini menggambarkan bahwa penerapan etika bisnis Islam dalam transaksi penjualan jika ditinjau dari prinsip-prinsip etika bisnis Islam jika dilihat dari segi jawaban pembeli cukup baik artinya, pihak Swalayan Surya dalam melakukan transaksi penjualan dalam memperlakukan konsumennya sudah cukup adil, seperti dalam proses transaksi pihak Swalayan Surya tidak menawarkan barang dagangan dengan harga yang berbeda kepada pembeli, prinsip keadilan menuntut setiap manusia diperlakukan secara sama sesuai dengan acuan yang adil dan sesuai dengan kriteria yang rasional, objektif, dan dapat dipertanggungjawabkan. Dalam beraktivitas di dunia kerja maupun di dunia bisnis, Islam mengharuskan untuk berbuat adil tidak terkecuali pada pihak yang tidak disukai. Hal ini sesuai dengan firman Allah dalam surah Al-Maidah ayat 8 :⁹⁵

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ ۚ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ عَلَىٰ ءَلَّا تَعْدِلُوا ۚ أَعْدِلُوا هُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَىٰ ۖ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ ﴿٨﴾

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman hendaklah kamu jadi orang-orang yang selalu menegakkan (kebenaran) Karena Allah, menjadi saksi dengan adil. dan janganlah sekali-kali kebencianmu terhadap sesuatu kaum, mendorong kamu untuk berlaku tidak adil. berlaku adillah, Karena adil itu lebih dekat kepada takwa. dan bertakwalah kepada Allah, Sesungguhnya Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan.” (Q.S. Al-Maidah ayat 8)

⁹⁵ Q.S. Al- Ma'idah, 5: 8.

Berdasarkan ayat di atas maka dapat dijelaskan bahwa Allah SWT memerintahkan kepada orang-orang yang mukmin agar dapat melaksanakan amal dan pekerjaan mereka dengan cermat jujur dan ikhlas karena Allah, baik pekerjaan yang bertalian dengan urusan agama maupun pekerjaan yang bertalian dengan urusan duniawi. Karena hanya dengan demikianlah mereka bisa sukses dan memperoleh hasil atau balasan yang mereka inginkan dan harapkan. Dalam penyaksian, mereka harus adil menerangkan apa yang sebenarnya tanpa memandang siapa orangnya, sekalipun akan menguntungkan lawan dan merugikan sahabat dan kerabatnya.⁹⁶

Dari ayat diatas sudah jelas bahwa kita dalam segala aktivitas terutama di dunia bisnis, kita sebagai manusia dianjurkan untuk selalu besikap adil dan Allah maha mengetahui apa yang kita perbuat.

d. Prinsip Tanggung Jawab

Pertanggung jawaban berarti, bahwa manusia sebagai pelaku bisnis, mempunyai tanggungjawab moral kepada Tuhan atas perilaku bisnis.

Tabel dari hasil kuesioner pada setiap pertanyaan-pertanyaan adalah sebagai berikut :

1.) Dalam berdagang produk yang ditawarkan pasti terjamin kehalalannya.

⁹⁶ Quraish Shihab, *Tafsir Al-Mishbah: Pesan Kesan dan Keserasian Al-Qur'an*, Volume III (Jakarta: Lentera Hati, 2005) hlm. 41.

Tabel 3.9
Jawaban Konsumen

Alternatif Jawaban	Konsumen	
	Frekuensi	Persentase
Selalu	81	86%
Sering	13	14%
Kadang-Kadang	0	0%
Tidak Pernah	0	0%
Jumlah	94	100%

Sumber: Data Primer diolah pada tanggal 20 April 2019

Berdasarkan hasil tabel diatas dapat diketahui bahwa 86% menjawab selalu. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen percaya akan kualitas produk yang sudah terjamin kehalalannya.

2.) Dalam berdagang jika ada keluhan dari konsumen, setiap keluhan tersebut selalu ditanggapi dengan baik

Tabel 3.10
Jawaban Konsumen

Alternatif Jawaban	Konsumen	
	Frekuensi	Persentase
Selalu	56	60%
Sering	24	25%
Kadang-Kadang	12	12%
Tidak Pernah	2	3%
Jumlah	94	100%

Sumber: Data Primer diolah pada tanggal 20 April 2019

Berdasarkan hasil tabel diatas dapat diketahui bahwa 60% responden menjawab selalu. Hal ini menunjukan bahwa meskipun ada beberapa keluhan yang diterima, pihak Swalayan Surya selalu mempunyai solusi atau selalu menanggapi dengan baik keluhan tersebut.

Dalam dunia bisnis, pertanggungjawaban dilakukan kepada dua sisi yakni sisi vertikal (kepada Allah) dan sisi horizontalnya kepada masyarakat. Seorang muslim harus meyakini bahwa Allah selalu

mengamati perilakunya dan akan mempertanggungjawabkan semua tingkah lakunya kepada Allah dihari akhirat nanti. Sisi horizontalnya kepada masyarakat atau para konsumen. Untuk memenuhi keadilan, kebenaran, dan kehendak bebas maka perlu adanya pertanggungjawaban dalam tindakannya. Secara logis aksioma Pertanggungjawaban sangat berkaitan erat dengan aksioma kehendak bebas. Kebebasan apapun yang terjadi tanpa batasan, pasti menuntut adanya pertanggungjawaban dan akuntabilitas. Allah menetapkan batasan mengenai apa yang bebas dilakukan manusia dengan bertanggungjawab atas semua yang dilakukannya. Sebagaimana dalam Al-Qur'an disebutkan dalam QS. Al-Muddassir ayat 38:⁹⁷

كُلُّ نَفْسٍ بِمَا كَسَبَتْ رَهِيْنَةٌ ﴿٣٨﴾

Artinya: *“Tiap-tiap diri bertanggung jawab atas apa yang Telah diperbuatnya”*

Dalam ayat ini Allah menegaskan bahwa setiap jiwa manusia tergadai di sisi Allah. Baik yang muslim maupun yang kafir, yang ingkar ataupun yang taat, semuanya tergantung kepada Allah. Tiap jiwa terikat dengan amal yang dikerjakan sampai hari kiamat.⁹⁸

Penerapan prinsip tanggungjawab pada Swalayan Surya sudah baik. Jika dilihat dari produk yang dijual sudah terjamin kehalalannya

⁹⁷ Q.S. Al- Muddassir, 74: 38.

⁹⁸ Kementrian Agama RI, Al-Qur'an dan Tafsirnya, Edisi Yang disempurnakan Lajnah Pentashihan Mushab Al-Qur'an, Jilid X (Jakarta: Lentera Abadi, 2010), hlm. 431.

dan pihak Swalayan Surya menerima sekaligus memberi solusi ketika ada keluhan-keluhan yang dirasakan oleh setiap konsumen.

e. Prinsip Kebenaran: Kebajikan dan Kejujuran

Dalam konteks bisnis kebenaran dimaksudkan sebagai niat, sikap dan perilaku benar yang meliputi proses akad (transaksi) proses mencari atau memperoleh komoditas pengembangan maupun dalam proses upaya meraih atau menetapkan keuntungan.

- 1.) Dalam berdagang jika ada pengembalian barang yang sudah dibeli dengan alasan tidak cocok, cacat, dan lain-lain, pegawai menerima pengembalian tersebut.**

Tabel 3.11
Jawaban Konsumen

Alternatif Jawaban	Konsumen	
	Frekuensi	Persentase
Selalu	2	2%
Sering	3	3%
Kadang-Kadang	11	12%
Tidak Pernah	78	83%
Jumlah	94	100%

Sumber: Data Primer diolah pada tanggal 20 April 2019

Berdasarkan hasil tabel diatas dapat diketahui bahwa 83% responden menjawab tidak pernah. Hal ini menunjukan bahwa pihak Swalayan Surya belum menerapkan prinsip kebajikan.

Menurut Al-Ghazzali penerapan konsep kebijakan dalam etika bisnis Islam itu salah satu nya adalah sudah sepantasnya ketika

konsumen ingin mengembalikan barang-barang yang dibeli seharusnya diperbolehkan untuk melakukannya demi kebajikan.⁹⁹

2.) Pegawai memberikan semua informasi mengenai detail barang yang dijual sebelum bertransaksi

Tabel 3.12
Jawaban Konsumen

Alternatif Jawaban	Konsumen	
	Frekuensi	Persentase
Selalu	24	26%
Sering	36	38%
Kadang-Kadang	31	33%
Tidak Pernah	3	3%
Jumlah	94	100%

Sumber: Data Primer diolah pada tanggal 20 April 2019

Berdasarkan hasil tabel diatas dapat diketahui bahwa 38% responden menjawab sering. Hal ini menunjukkan bahwa masih ada sebagian informasi detail barang yang tidak diberikan kepada konsumen oleh pihak Swalayan Surya.

Seharusnya dalam berbisnis pedagang dianjurkan untuk selalu mengatakan apa adanya tanpa menutup-nutupi mengenai kualitas dari produk yang dijualnya serta mengedepankan kebenaran informasi dari produk tersebut. Jika produk tersebut baik pedagang harus mengatakan baik, dan jika produk tersebut buruk pedagang harus mengatakan buruk. Mengenai aspek takaran dan ukuran dikatakan bahwa kejujuran dalam hal takaran maupun ukuran mutlak harus ada. Etika bisnis Islam yang mana pebisnis dilarang mengurangi timbangan ketika menakar dan meminta dilebihkan

⁹⁹ Muhammad, *Op. Cit.*, hlm. 68.

ketika menerima takaran. Sebagaimana firman Allah dalam QS.

Al-Muthaffifin (83): 1-3 yang berbunyi:

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ ﴿١﴾ الَّذِينَ إِذَا أَكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ ﴿٢﴾ وَإِذَا كَالُوهُمْ
أَوْ وَزَنُوهُمْ يُخْسِرُونَ ﴿٣﴾

Artinya: “1. Kecelakaan besarlah bagi orang-orang yang curang
2. (yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dipenuhi, 3. Dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi.”

Berangkat dari sikap kebenaran dan kejujuran maka akan melahirkan persaudaraan dan kemitraan antara pihak yang bertransaksi, sehingga muncullah kondisi saling menguntungkan di antara penjual dan pembeli.

3. Analisis Parameter Penerapan Etika Bisnis Islam

a. Aspek Pemasaran

Dengan diterapkannya etika bisnis Islam di dalam perusahaan maka pada aspek pemasaran ini perusahaan berhasil memasarkan produknya dengan baik untuk bisa sampai kepada konsumen. Aspek pemasaran tersebut meliputi bauran pemasaran yang terdiri dari 3P yaitu produk, *price* (harga), promosi.

1.) Produk

Strategi bauran pemasaran ritel yang pertama adalah produk, produk-produk yang dijual oleh swalayan surya disebut juga dengan *merchandise*, dimana produk ini merupakan bentuk

penawaran perusahaan Swalayan Surya untuk mencapai tujuan melalui pemuas kebutuhan dan keinginan konsumen, produk yang dimaksud adalah segala macam kebutuhan rumah tangga dan kebutuhan sehari-hari. Untuk produk pokok sendiri yang dijual adalah segala macam sembako, produk makanan, segala bentuk minuman, alat-alat tulis dan berbagai macam peralatan dapur, dan pada intinya semua produk yang menjadi kebutuhan rumah tangga.

Selain itu, Swalayan surya juga menjalin kerjasama dengan *home industry* dengan cara menjualkan produk home industri di swalayan Surya atau disebut dengan produk konsinyasi atau produk titipan, dengan produk ini diharapkan mampu menarik minat beli konsumen akan produk baru. Produk yang dijual oleh swalayan Surya memiliki *criteria standart* operasional prosedur dalam penjualan produk, diantaranya produk yang dijual harus mendapatkan izin dari pemerintah atau BPOM dan juga mendapatkan lisensi halal dari pemerintah.

2.) Harga/Price

Harga yang dimaksud oleh Swalayan Surya adalah harga tersebut mengambil untung kurang lebih 2-10% dari harga beli produk dari distributor dan setiap item produk berbeda-beda harganya, dimana harga-harga tersebut sedikit lebih murah dibandingkan harga produk di gerai-gerai minimarket yang ada

di sekeliling perusahaan/ menetapkan harga sedikit dibawah harga pasar agar konsumen tertarik untuk membeli produk di swalayan Surya.

Selain itu, untuk harga produk atau barang *konsinyasi* (titipan), harga produk dijual 20-30% dari harga awal, tergantung dari masing-masing item, hal itu dilakukan karena barang titipan mempunyai resiko yang cukup besar, dengan kata lain produk *konsinyasi* masih belum banyak diketahui oleh konsumen jadi diperlukan promosi yang intensif. Jika produk tersebut dalam satu bulan penjualannya terus meningkat, maka pihak manajemen akan meneruskan kerjasama dengan supplier. Selain itu pihak manajemen Swalayan Surya juga menerapkan harga diskon, hal ini dilakukan jika pihak *supplier* memberi diskon untuk pembelian produk dengan volume besar dan bertujuan untuk meningkatkan daya beli konsumen.

3.) Promosi

Dalam melakukan promosi kepada konsumen, swalayan Surya tidak menggunakan alat elektronik maupun media nasional. Hal ini dikarenakan strategi tersebut dirasakan kurang efektif. Strategi promosi yang dilakukan oleh Swalayan Surya menggunakan konsep *low cast high impact*, artinya dengan biaya promosi serendah mungkin didapatkan hasil maksimal.

Oleh karena itu, Swalayan Surya melakukan promosi melalui beberapa cara diantaranya:

i. Media Sosial Online

Salah satu alasan dasar yang membuat Swalayan Surya lebih gencar melakukan kegiatan promosi di media sosial online adalah frekuensi masyarakat Indonesia dalam menggenggam gadget sangat tinggi. Selain itu Swalayan Surya dapat mendengar dan merespon langsung keluhan, kritik, dan saran dari customer sehingga akan menimbulkan image “lebih dekat” dengan customer.

ii. Point bagi customer yang menggunakan Member Card

Swalayan Surya selalu menawarkan inovasi untuk meningkatkan loyalitas pelanggannya. Salah satunya dengan adanya kartu *member card* yang mempunyai banyak keuntungan. Misalnya, adanya pemberian hadiah langsung atas pembelian sejumlah barang yang dilakukan oleh para member dengan mengumpulkan sejumlah point tertentu.

iii. *Bundling* Produk

Bundling produk adalah strategi penjualan yang dilakukan dengan cara menggabungkan dua buah produk atau beberapa buah produk tertentu didalam sebuah paket penjualan. Dalam penjualan bundling produk, hanya akan

ada satu harga yang ditawarkan untuk keseluruhan produk yang digabungkan, dimana harga tersebut pada umumnya merupakan nilai yang lebih ekonomis/lebih rendah dari pada total harga persatuannya.

Swalayan surya menerapkan strategi bundling pada beberapa produk yang ditawarkan sebagai bentuk promosi guna meningkatkan angka penjualan produk tertentu serta memaksimalkan penjualan sebuah produk yang kurang populer atau kurang laku di pasaran. Contohnya: Bundling pada produk purbasari, dimana untuk jenis lulur dan sabun dijadikan satu dengan harga yang lebih ekonomis.

b. Aspek Manajemen dan Sumber Daya Manusia

Parameter sebuah keberhasilan perusahaan dalam menerapkan etika bisnis Islam pada aspek manajemen dan sumber daya manusia adalah tingginya tingkat kejujuran sumber daya manusia dan juga seluruh kegiatan operasional perusahaan. *Owner* perusahaan selalu menanamkan kejujuran dan juga tanggung jawab, baik tanggung jawab dunia maupun tanggung jawab akhirat.

c. Aspek Sosial

Dengan adanya penerapan etika bisnis Islam, perusahaan mampu memberikan banyak kontribusi untuk aspek sosial. Hal tersebut dapat dilihat dari beberapa pegawai yang berasal dari

lingkungan perusahaan. Perusahaan juga rutin menyisihkan pendapatan yang dialokasikan untuk infaq, zakat, dan sedekah.

d. Aspek Financial

Aspek finansial merupakan parameter yang umumnya digunakan sebagai standar untuk menilai tingkat kemajuan suatu perusahaan bisnis. Dalam hal ini karena perusahaan Swalayan Surya telah berhasil menerapkan beberapa aspek kemajuan bisnis diatas, maka apabila dilihat dari aspek finansial perusahaan, perusahaan dapat dikatakan perusahaan yang maju dan memiliki prospek bisnis yang baik untuk kedepannya. Berikut data pendapatan Swalayan Surya pada tahun 2017:

Tabel 3.13
Data Pendapatan Swalayan Surya (Tw 1- Tw 4 2017)

Tahun	Bulan	Pendapatan
2017 Triwulan 1	Januari	121. 162. 760
	Februari	120. 357. 628
	Maret	122. 641. 038
2017 Triwulan 2	April	125. 780. 325
	Mei	128. 767. 088
	Juni	135. 658. 301
2017 Triwulan 3	Juli	133. 341. 700
	Agustus	129. 921. 820
	September	124. 032. 175
2017 Triwulan 4	Oktober	126. 706. 980
	November	120. 923. 403
	Desember	124. 069. 841
Jumlah		1. 513. 363. 059

Sumber: Toko Swalayan Surya (Data Primer diolah)

Berdasarkan table diatas, dapat dilihat pendapatan yang diperoleh setiap bulannya tidaklah stabil, pihak Swalayan Surya

menyatakan bahwa pendapatan perusahaan yang diperoleh terbilang fluktuatif. Pendapatan yang didapat tergantung situasi dan kondisi, misalkan sedang lebaran kebutuhan pangan konsumen meningkat sehingga omzet ikut meningkat. Akan tetapi, dengan pendapatan yang fluktuatif tersebut perusahaan dapat dikelola lebih baik atau dikembangkan dengan sistem yang lebih baik dan profesional.

4. Analisis Kemajuan Bisnis

a. Jumlah Konsumen

Menurut penjelasan Ibu Frika, jumlah konsumen yang berbelanja di Swalayan Surya meningkat setiap tahun, namun ada penurunan jumlah konsumen pada satu tahun terakhir tetapi penurunan tersebut tidak terlalu besar. Perkembangan jumlah konsumen yang berbelanja dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 4.9
Jumlah Konsumen yang Berbelanja Tahun 2015-2018

Tahun	Jumlah Konsumen
2015	18. 527 orang
2016	19. 932 orang
2017	20. 786 orang
2018	20. 161 orang
Jumlah	79. 406 orang

Sumber: Toko Swalayan Surya (Data Primer diolah)

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat jumlah konsumen yang berbelanja dari tahun 2015 sampai 2017 mengalami peningkatan, tetapi pada tahun 2018 jumlah konsumen yang

berbelanja menurun dari 20.786 konsumen menjadi 20.161, selisih penurunan sebanyak 625 konsumen.

Sebuah start-up bisnis tidak bisa dijalankan oleh satu individu dimana, semua bisnis tetap membutuhkan orang lain yang berposisi sebagai rekan kerja, karyawan, pelanggan. Human relation antara sesama karyawan akan berdampak pada peningkatan produktifitas kerja sehingga semua target bisa diselesaikan oleh karyawan. Kesuksesan human relation antara perusahaan (diwakili oleh marketing) dengan karyawan akan berdampak pada loyalitas konsumen sehingga dapat meningkatkan penjualan yang pada akhirnya berimbas pada peningkatan start-up bisnis.¹⁰⁰

b. Pendapatan Usaha

Salah satu indikator untuk mengukur keberhasilan suatu usaha yang paling mudah untuk diamati adalah laba yang diperoleh pengusaha. Laba usaha perusahaan masih merupakan tujuan yang kritis dan menjadi ukuran dari keberhasilan suatu perusahaan dikatakan sangat penting karena jika perusahaan tidak memperoleh laba maka perusahaan tidak dapat memberikan manfaat bagi stakeholder yang berarti tidak bisa meningkatkan gaji, tidak bisa memberikan deviden kepada pemegang saham, tidak bisa memperluas usaha dan tidak bisa membayar pajak.¹⁰¹

¹⁰⁰ Sri Natashya Sitepu, "Pengaruh Faktor Internal Terhadap Keberhasilan Start-Up Bisnis di Kota Surabaya", *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*, Vol. 10, No. 1, (2017), hlm. 42.

¹⁰¹ Suryana, *Op. Cit.*, hlm. 168.

Keberhasilan usaha dapat diukur dari berbagai segi diantaranya laba usaha yang berhasil dicapai oleh para pengusaha (waktu tertentu). Keberhasilan usaha diidentikan dengan perkembangan perusahaan istilah itu diartikan sebagai suatu proses peningkatan kuantitas dari dimensi perusahaan. Perkembangan perusahaan adalah proses dalam pertambahan akumulasi modal, jumlah karyawan, volume penjualan, dan meningkatnya pendapatan suatu usaha.

Menurut penjelasan Ibu Frika, jumlah pendapatan yang didapat selalu fluktuatif tetapi cenderung meningkat pada bulan-bulan tertentu. Data pendapatan Swalayan Surya pada tahun 2017 dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.10
Data Pendapatan Swalayan Surya (Tw 1- Tw 4 2017)

Tahun	Bulan	Pendapatan
2017 Triwulan 1	Januari	121. 162. 760
	Februari	120. 357. 628
	Maret	122. 641. 038
2017 Triwulan 2	April	125. 780. 325
	Mei	128. 767. 088
	Juni	135. 658. 301
2017 Triwulan 3	Juli	133. 341. 700
	Agustus	129. 921. 820
	September	124. 032. 175
2017 Triwulan 4	Oktober	126. 706. 980
	November	120. 923. 403
	Desember	124. 069. 841
Jumlah		1. 513. 363. 059

Sumber: Toko Swalayan Surya (Data Primer diolah)

Berdasarkan table diatas, dapat dilihat pendapatan yang diperoleh setiap bulannya tidaklah stabil, pihak Swalayan Surya menyatakan bahwa pendapatan perusahaan yang diperoleh terbilang fluktuatif. Pendapatan yang didapat tergantung situasi dan kondisi, misalkan sedang lebaran kebutuhan pangan konsumen meningkat sehingga omzet ikut meningkat. Akan tetapi, dengan pendapatan yang fluktuatif tersebut perusahaan dapat dikelola lebih baik atau dikembangkan dengan sistem yang lebih baik dan profesional.

BAB IV

PEMBAHASAN

A. Prinsip Etika Bisnis Islam Terhadap Kemajuan Bisnis Swalayan Surya Jalan Ryacudu Jalur Dua Korpri

Bisnis adalah kegiatan mencari keuntungan dari aktivitas pertukaran barang, jasa atau uang yang dapat memberikan manfaat. Pembeli mendapatkan manfaat produk atau jasa penjualan, sedangkan penjual mendapatkan keuntungan finansial. Untuk meraih kesuksesan dalam berbisnis kita hendaknya memperhatikan aturan berbisnis dan melakukan strategi dalam berbisnis dengan benar. Maka dari itu Islam juga mengatur pedoman dalam berbisnis agar kita dalam berbisnis mendapatkan keuntungan sekaligus keberkahan.¹⁰²

Islam adalah agama yang paling sempurna, Islam mengatur segala urusan dunia termasuk dalam berbisnis. Islam memberi rambu-rambu sebagai etika atau pedoman dalam menjalankan bisnis agar bisnis yang kita jalankan bisa lebih mudah meraih kesuksesan dunia dan akhirat. Karena aktualnya banyak godaan dalam kegiatan bisnis, godaan dalam berbisnis biasanya datang untuk tujuan menjadikan bisnis lebih menguntungkan dengan cara-cara yang tidak sehat dengan mementingkan keuntungan pribadi dan mengabaikan lingkungan sosialnya yang mengakibatkan kerugian bagi orang lain. Oleh sebab itu terdapat banyak ancaman keras bagi mereka yang tidak memperdulikan etika dalam

¹⁰² Ika Yunia Fauzia, *Etika Bisnis dalam Islam*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2013), hlm. 3.

berbisnis. Maka sangat penting bagi para pelaku bisnis untuk mengetahui prinsip-prinsip etika bisnis Islam agar dapat mengimplementasikannya dalam menjalankan usahanya.

Prinsip etika bisnis Islam yang diterapkan pihak Swalayan Surya berdasarkan hasil observasi dan kuesioner yang diperoleh dari konsumen belum sepenuhnya diterapkan dengan baik. Karena pada prinsip kebenaran belum diterapkan dengan baik oleh pihak Swalayan Surya. Hal ini terlihat dari jawaban para konsumen pada prinsip kebenaran masih ada sebagian informasi detail barang yang tidak diberikan kepada konsumen oleh pihak Swalayan Surya. Selain itu pihak Swalayan Surya belum sepenuhnya menerapkan prinsip kebajikan dan bertanggung jawab atas produk yang dikeluarkan karena ketika ada pengembalian barang yang sudah dibeli oleh konsumen dengan alasan tidak cocok, cacat, dan lain-lain, pihak Swalayan Surya tidak menerima pengembalian tersebut.

Meskipun belum sepenuhnya Swalayan Surya menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam, tetapi Swalayan Surya berdasarkan hasil observasi dan wawancara, sudah bisa dikatakan mengalami kemajuan bisnis yang baik. Hal ini dapat dilihat dari jumlah konsumen yang berbelanja dari tahun 2015-2017 mengalami peningkatan. Peningkatan jumlah konsumen ini berdampak juga terhadap loyalitas konsumen sehingga dapat meningkatkan penjualan yang pada akhirnya berimbas pada peningkatan start-up bisnis. Kemajuan bisnis Swalayan Surya selanjutnya dapat dilihat dari pendapatan yang diperoleh setiap bulannya,

meskipun tidaklah stabil pihak Swalayan Surya menyatakan bahwa pendapatan perusahaan yang diperoleh terbilang fluktuatif. Pendapatan yang didapat tergantung situasi dan kondisi, misalkan sedang lebaran kebutuhan pangan konsumen meningkat sehingga omzet ikut meningkat. Akan tetapi, dengan pendapatan yang fluktuatif tersebut perusahaan dapat dikelola lebih baik atau dikembangkan dengan sistem yang lebih baik dan profesional.

B. Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Kemajuan Bisnis Swalayan Surya Jalan Ryacudu Jalur Dua Korpri

Penerapan etika bisnis Islam yang sudah diterapkan memiliki dampak positif terhadap kemajuan bisnis pada Swalayan Surya. Hal ini dapat dilihat dari parameter penerapan etika bisnis Islam pada aspek pemasaran, dimana pada aspek pemasaran ini perusahaan berhasil memasarkan produknya dengan baik untuk bisa sampai kepada konsumen. Aspek pemasaran tersebut meliputi bauran pemasaran yang terdiri dari 3P yaitu produk, *price* (harga), promosi. Produk yang berkualitas, harga yang sesuai, serta promosi yang baik membuat Swalayan Surya semakin maju, berkembang, dan mendapatkan loyalitas konsumen baik. Selain itu, penerapan etika bisnis Islam dapat dilihat dari aspek manajemen dan Sumber Daya Manusia, dimana perusahaan sangat memperhatikan tingginya tingkat kejujuran sumber daya manusia dan juga seluruh kegiatan operasional perusahaan. *Owner* perusahaan selalu menanamkan kejujuran dan juga tanggung jawab, baik tanggung jawab dunia maupun

tanggung jawab akhirat. Kemudian dengan adanya penerapan etika bisnis Islam, perusahaan mampu memberikan banyak kontribusi untuk aspek sosial. Hal tersebut dapat dilihat dari beberapa pegawai yang berasal dari lingkungan perusahaan. Perusahaan juga rutin menyisihkan pendapatan yang dialokasikan untuk infaq, zakat, dan sedekah. Dan yang terakhir terdapat aspek finansial, dalam hal ini karena perusahaan Swalayan Surya telah berhasil menerapkan beberapa aspek sebelumnya, maka apabila dilihat dari aspek finansial perusahaan, perusahaan dapat dikatakan perusahaan yang maju dan memiliki prospek bisnis yang baik untuk kedepannya.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan dapat ditarik beberapa kesimpulan dari penelitian prinsip dan penerapan etika bisnis Islam terhadap kemajuan bisnis Swalayan Surya Jalan Ryacudu Jalur Dua Korpri sebagai berikut :

1. Prinsip etika bisnis Islam yang diterapkan pihak Swalayan Surya Jalan Ryacudu Jalur Dua Korpri berdasarkan hasil observasi dan kuesioner yang diperoleh dari konsumen belum sepenuhnya diterapkan dengan baik. Karena pada prinsip kebenaran belum diterapkan dengan baik oleh pihak Swalayan Surya. Meskipun belum sepenuhnya Swalayan Surya menerapkan etika bisnis Islam, tetapi Swalayan Surya berdasarkan hasil observasi dan wawancara, sudah bisa dikatakan mengalami kemajuan bisnis yang cukup baik, yang ditandai dengan peningkatan jumlah konsumen yang berbelanja serta pendapatan yang fluktuatif.
2. Penerapan etika bisnis Islam ditinjau dari parameter penerapan etika bisnis Islam sudah diterapkan dengan positif terhadap kemajuan bisnis Swalayan Surya Jalan Ryacudu Jalur Dua Korpri. Hal tersebut dapat dilihat dari beberapa aspek, yaitu: aspek pemasaran, aspek manajemen dan sumber daya manusia, aspek sosial dan aspek finansial.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian perusahaan diharapkan untuk bisa lebih bertanggung jawab atas produk yang telah dikeluarkan dan lebih terbuka lagi dalam menyampaikan atau memberikan informasi mengenai detail produk kepada konsumen.

2. Bagi Masyarakat atau Pembeli

Kesadaran dan peran serta masyarakat dalam hal ini adalah para konsumen juga dituntut untuk mengerti dan memahami sistem etika bisnis dalam Islam yang ditekankan pada etika bisnis dalam transaksi jual beli, sehingga kedepannya tidak ada lagi hambatan-hambatan yang menyebabkan kekecewaan, kerugian serta ketidakadilan yang dirasakan baik pedagang maupun pembeli.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdi dan Usman Rianse, *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi Teori dan Aplikasi*, Bandung: Alfabeta, 2009.
- Adiwimarta, Sri Sukesu. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Edisi ke-3, Jakarta: Balai Pustaka, 2005.
- Ahmad, Mustaq. *Etika Bisnis Islam*, Yogyakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2003.
- Al-Mubarak, Syaikh Shafiyyur. *Tafsir Ibnu Katsir*. Jakarta: Pustaka Ibnu Katsir, 2006.
- Amirullah. *Pengantar Bisnis*. Yogyakarta: PT Graha Ilmu, 2005.
- Aziz, Abdul. *Etika Bisnis Perspektif Islam*. Bandung : Alfabeta, 2013.
- Bank Indonesia, *Pengembangan Industri Halal Dukung Pertumbuhan Ekonomi Nasional*, (2018). (On-line). Tersedia di: <https://www.bi.go.id/id/ruang-media/info-terbaru/Pages/Pengembangan-Industri-Halal-Dukung-Pertumbuhan-Ekonomi-Nasional.aspx>
- Barus, Elida Elfi. dkk, “Implementasi Etika Bisnis Islam”, *Jurnal Perspektif Ekonomi Darusalam*, Vol. 2 No. 2, 2016.
- Beekun, Rafik Issa . *Islamic Business Athics* (terjemahan), Pent. Muhammad, Jakarta: Pustaka Pelajar, 2004.
- Budiarto, Kustoro. *Pengantar Bisnis*, Jakarta : Mitra Wacana Media, 2009.
- Djakfar, Muhammad. *Etika Bisnis*, Jakarta: Penebar Plus, 2012.
- Emiwati. Skripsi: “Analisis Kelayakan Financial Industri Tahu Studi Kasus Pada Usaha Dagang Tahu Bintaro Kabupaten Tangerang Provinsi Banten”, Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2007.
- Fauzia, Ika Yunia. *Etika Bisnis dalam Islam*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2013.
- Haming dan Basalamah. *Studi Kelayakan Investasi: Proyek dan Bisnis*. Jakarta: PPM, 2003.
- Harahap, Nila Astuti. Skripsi: “Analisis Penerapan dan Dampak Etika Bisnis Islam Terhadap Kemajuan Bisnis Supermarket De’ Halal Mart Yogyakarta”, Yogyakarta: UII Yogyakarta. 2018.
- Hariyati, Sinta. “Persepsi Masyarakat Terhadap Pembangunan Jembatan Mahkota II Di Kota Samarinda”, *e-Jurnal Ilmu Pemerintahan*, Vol. 3, No. 2, 2015.
- Huda, Choirul. “Model Pengelolaan Bisnis Berbasis Syariah”, *Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, Vol. 24, No. 1, 2016.
- Husnan dan Suwarsono. *Studi Kelayakan Proyek, Ed ke-4*. Yogyakarta: UPP. AMP YKPN, 2000.

- Ie, Mei dan Eni Visantia. “Pengaruh Efikasi Diri dan Motivasi Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Pemilik Toko Pakaian Di Pusat Grosir Metro Tanah Abang”, *Jurnal Manajemen*, Vol. 13, No. 1, 2013.
- Katsmir dan Jakfar. *Studi Kelayakan Bisnis* (edisi revisi). Jakarta: Kencana Prenada Group, 2012.
- Keraf, A. Sony. *Etika Bisnis Tuntutan dan Relevansinya*. Yogyakarta: Penerbit Kanisius, 1998.
- Khoiruddin. *Etika Bisnis Dalam Islam*. Bandar Lampung: LP2M, 2015.
- Mardani. *Hukum Bisnis Syariah*. Jakarta : Prenadamedia Group, 2014.
- Muhammad. *Etika Bisnis Islam*, Yogyakarta: UPP-AMP YKPN Yogyakarta, 2004.
- Mursidah, Umi. Skripsi: “Penerapan Etika Bisnis dalam Transaksi Jual Beli di Pasar Tradisional Studi Pada Kecamatan Sekincau Kabupaten Lampung Barat”, Lampung: UIN Raden Intan Lampung. 2017.
- Narbuko, Cholid dan Abu Achmadi. *Metode Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara, 2007.
- Noersasongko, Edi. Disertasi Doktor: “Analisis Pengaruh Karakteristik Individu Kewirausahaan dan Gaya Kepemimpinan terhadap Kemampuan Usaha serta Keberhasilan Usaha pada Usaha Batik di Jawa Tengah”, Malang: FSP Universitas Merdeka Malang, 2005.
- Noor, Henry Faizal. *Ekonomi Manajerial*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007.
- Partanto, Pius A. dan M Dahlan Al Barry, *Kamus Ilmiah Populer*, Surabaya: Arkola, 2010.
- Parudin, Agus. *Pedoman Penulisan Skripsi Fakultas Agama Islam*. Cetakan Kedua. Lampung: Uml, 2010.
- Rianse, Usman dan Abdi. *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi Teori dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta, 2009.
- Riyanti, Benedicta Prihatin Dwi. *Kewirausahaan Dari Sudut Pandang Psikologi Kepribadian*, Jakarta: Grasindo, 2003.
- Saifullah, Muhammad. “Etika Bisnis Islam dalam Praktek Bisnis Rasulullah”, *Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, Vol. 19. No. 1, 2019.
- Saputra, Faisal Yusuf. Skripsi: “Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Keuntungan Usaha Pengusaha Laundry di Kecamatan Tembalang”, Semarang: UIN Walisongo Semarang, 2016.

- Shihab, Quraish. Tafsir Al-Mishbah: Pesan Kesan dan Keserasian Al-Qur'an, Volume III. Jakarta: Lentera Hati, 2005.
- Sitepu, Sri Natashya. "Pengaruh Faktor Internal Terhadap Keberhasilan Start-Up Bisnis di Kota Surabaya", *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*, Vol. 10, No. 1, 2017.
- Soliha, Euis. "Analisis Industri Ritel di Indonesia", *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, Vol. 15 No. 2, 2008.
- Sudarmo, Indriyo Gito. *Pengantar Bisnis*. Yogyakarta: BPFE, 1992.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2016.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Manajemen*, Bandung: Alfabeta, 2016.
- Sugiyono. *Metodologi Penelitian Pendidikan*, Bandung: Alfabeta, 2012.
- Suryana. *Kewirausahaan*, Jakarta: Salemba Empat, 2003.
- Swastha, Basu dan Ibnu Sukotjo. *Pengantar Bisnis Modern*, Yogyakarta: Liberti, 1995.
- Tambunan, Tulus. *Perdagangan Internasional dan Neraca Pembayaran: Teori dan Temuan Empiris*. Jakarta: LP3ES, 2002.
- Tauhid, Ahmad Jauhar. *Kompas Ruhani*. Jakarta: Serambi, 2006.
- Umar, Husein. *Studi Kelayakan Bisnis: Teknik Menganalisis Kelayakan Rencana Bisnis secara Komperhensif, Ed ke-2*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2003.
- Yunus, Muhammad. Skripsi: "Pengaruh Etika Bisnis Islam dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen Studi Kasus Pada UKM Bandeng Tandu Kendal", Semarang: UIN Walisongo Semarang. 2015.
- Yusanto, Muhammad Ismail. *Menggagas Bisnis Islami*, Gema Insani Pers: Jakarta, 2002.
- Yusuf, Kadar M. *Tafsir Ayat Ahkam*, Jakarta: Sinar Grafika Offset, 2011.